

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD PARA VALORAR LA
GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL (RSE) EN LAS PYMEs
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
SUBSECTOR C1070-C1080: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS
ALIMENTICIOS

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

NÉMESIS ALEJANDRA VARGAS AZUERO

DIRECTOR: XIMENA VILLAMAR E.

QUITO, OCTUBRE 2013

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ximena Villamar E., Mgtr

INFORMANTES:

Genoveva Zamora M., MBA

Pablo López, MBA

DEDICATORIA

Dedico a mis padres, hermano y todos mis seres queridos que han estado conmigo hasta el término de mis estudios y en el alcance de mis sueños.

AGRADECIMIENTOS

El presente estudio va dirigido a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y su Facultad de Ciencia Administrativas y Contables, por brindarme el espacio e impartición de valores y conocimiento esencial para mi desarrollo profesional conjuntamente con su equipo exclusivo de trabajo, maestros y a mi directora de disertación Ximena Villamar E., Mgtr. e informantes Ing. Genoveva Zamora M, MBA y Eco. Pablo López, MBA.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación trata del diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito subsector CIIU C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios; para lo cual se debe entender a la Responsabilidad Social Empresarial como un modelo de gestión basada en la ética empresarial y que se enfoca a los grupos de interés en los aspectos de compromiso al desarrollo, bienestar y mejoramiento de la calidad de vida, fomento de las capacidades y destrezas de los integrantes de la organización. Se pretende la conservación de los recursos ambientales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de desigualdades sociales.

Existen distintas instituciones y organizaciones de todo el mundo que han impulsado y fomentado el comportamiento socialmente responsable a nivel global. Las iniciativas propuestas comprenden normas cuyos propósitos son buscar una uniformidad de principios, actuaciones e indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial de forma que la labor de las empresas, en este ámbito, pueda ser reconocida no sólo en el entorno más cercano de la empresa, sino también en el ámbito mundial.

Por otro lado, cabe mencionar que se entiende por PYMEs al conjunto de pequeñas y

medianas empresas que se clasifican conforme por su volumen de ventas, capital social, número de personas ocupadas, valor de la producción o el de los activos, criterio económico y tecnológico.

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas CIIU, comprende una categorización individual bajo simbolización alfabética y numérica. En lo que respecta a la Industria Manufacturera en estudio, le corresponde el Sector C10 Elaboración de productos alimenticios, dicha división comprende a la elaboración de los productos de la agricultura, ganadería, silvicultura y la pesca para convertirlos en alimentos y bebidas para consumo humano o animal, e incluye la producción de varios productos intermedios que no son directamente productos alimenticios; y precisando, el Subsector C1070-C1080 en estudio, corresponde a la elaboración de productos alimenticios como es la elaboración de productos de panadería, azúcar y productos de confitería, macarrones, fideos y productos farináceos similares, comidas y platos preparados, café, té y especias, así como de productos alimenticios perecederos y especialidades gastronómicas. La clase CIIU 107 desde CIIU 1071 hasta CIIU 1079 y CIIU 1080 Elaboración de piensos preparado para animales.

El método para seleccionar los CIIUs (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) de las pequeñas y medianas empresas objeto de investigación, en el presente proyecto, se basa en la información de los ingresos operacionales y las utilidades del ejercicio frente al total

de activos y al total de patrimonio proporcionado por la Superintendencia de Compañías por lo cual, el subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios cuenta con la participación de 60 compañías.

La metodología que se utiliza en la presente investigación es la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac Latinoamérica y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva para el grupo de PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito subsector C1070-C1080: Elaboración de Productos Alimenticios.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1 ANTECEDENTES	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.3.1 Objetivo General	7
1.3.2 Objetivos Específicos.....	7
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.4.1 Teórica	8
1.4.2 Práctica	22
CAPITULO 2: FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	24
2.1 CONCEPTOS Y TENDENCIAS	24
2.1.1 Definición de la Responsabilidad Social Empresarial.....	24
2.1.2 Evolución Histórica	25
2.1.3 Tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial	30
2.1.4 Prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial	43
2.1.5 Contexto Mundial y Desarrollo Sostenible.....	49
2.1.6 Responsabilidad de la Empresa Ante la Sociedad	62
2.2 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS	64
2.2.1 Grupos de interés.....	64
2.2.2 La creación de valor en la empresa y los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.....	72

2.3 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	77
2.3.1 Normas Internacionales	77
2.3.2 Memorias de Sostenibilidad.....	105

CAPITULO 3: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SUBSECTOR CIU C1070–C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.....109

3.1 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C1070–C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	109
3.2 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C1070–C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	123
3.3 PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE RSE EN LAS PYMES	141

CAPITULO 4: ASPECTOS METODOLÓGICOS.....146

4.1 METODOLOGÍA APLICADA	146
4.1.1 Técnicas de recolección de información	149
4.1.2 Población y Muestra.....	150
4.1.3 Trabajo de Campo.....	154
4.1.4 Tabulación de Datos	156
4.1.5 Metodología UNIAPAC para las PYMEs	157

CAPÍTULO 5: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU C1070-C1080: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS161

5.1 RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS	161
5.1.1 Ética y transparencia	161
5.1.2 Calidad de vida	165

5.1.3	Generación y distribución de la riqueza.....	169
5.2	ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS.....	172
5.3	ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS	176
5.4	ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL	180
CAPITULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		182
6.1	DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL SUBSECTOR C1070-C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	182
6.2	DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS.....	184
6.2.1	Ética y transparencia.....	185
6.2.2	Calidad de vida	187
6.2.3	Generación y distribución de la riqueza.....	189
6.3	DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS.....	215
6.4	PROPUESTA DE POLÍTICAS DE RSE.....	216
BIBLIOGRAFÍA		226
ANEXOS		230

ÍNDICE DE CUADROS

1. CODIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN SUBACTIVIDADES SUBSECTOR CIIU C1010-C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
2. DISTRIBUCIÓN DE LAS PYMEs - INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
3. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS PYMEs - INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
4. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE CIIUs DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO HA SER INVESTIGADOS AÑO 2011
5. CLASIFICACIÓN CIIU C1070-C1080: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
6. ESTADÍSTICAS DE LAS COMPAÑÍAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, POR TAMAÑO, ESPECIFICACIÓN DEL MONTO DE ACTIVOS Y NÚMERO DE EMPRESAS (2011)
7. COMPOSICIÓN PROMEDIO DE LAS MIPYMES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (2011)
8. APOORTE AL PIB POR GRUPO PRODUCTIVO DE LAS PYMES AÑO 2007
9. PARTICIPACIÓN DE LAS INDUSTRIAS EN EL PIB - MILLONES DE DÓLARES

10. VALOR AGREGADO BRUTO DEL SECTOR MANUFACTURERO - MILLONES DE DÓLARES
11. VALOR AGREGADO BRUTO DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS
12. FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN
13. NOMENCLATURA Y DESCRIPCIÓN DE LOS COMPONENTES DE LA FÓRMULA MUESTRAL PARA POBLACIONES FINITAS
14. NOMENCLATURA Y VALORES DE LOS COMPONENTES DE LA FÓRMULA MUESTRAL PARA POBLACIONES FINITAS
15. CÁLCULO DE LA MUESTRA
16. RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS
17. MATRIZ DE SOSTENIBILIDAD Y CONGRUENCIA
18. LÍNEA ESTRATÉGICA: I ÉTICA Y TRANSPARENCIA
19. LÍNEA ESTRATÉGICA: II CALIDAD DE VIDA
20. LÍNEA ESTRATÉGICA: III GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA
21. RESUMEN DE RESULTADOS DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011
22. RESUMEN ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011
23. ÍNDICE DE CONGRUENCIA RESUMEN DE RESULTADOS AÑO 2011
24. VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN - SUBSECTOR C1070-C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS AÑO 2012
25. RESUMEN DE RECOMENDACIONES PARA LA LÍNEA ESTRATÉGICA I. ÉTICA Y TRANSPARENCIA

26. RESUMEN DE RECOMENDACIONES PARA LA LÍNEA ESTRATÉGICA II.
CALIDAD DE VIDA

27. RESUMEN DE RECOMENDACIONES PARA LA LÍNEA ESTRATÉGICA III.
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. TENDENCIAS DEL MERCADO PRINCIPAL DE LAS PYMEs AÑO 2007
2. VALOR AGREGADO BRUTO, VAB, POR INDUSTRIAS CUARTO TRIMESTRE 2011
3. CONTRIBUCIÓN DE LA INDUSTRIA A LA VARIACIÓN TRIMESTRAL DEL PIB CUARTO TRIMESTRE 2011
4. VALOR AGREGADO BRUTO COMO PORCENTAJE DEL PIB
5. VALOR AGREGADO BRUTO Y PIB - TASAS DE VARIACIÓN %
6. LÍNEA ESTRATÉGICA: I ÉTICA Y TRANSPARENCIA
7. LÍNEA ESTRATÉGICA: II CALIDAD DE VIDA
8. LÍNEA ESTRATÉGICA: III GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA
9. RESUMEN ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011
10. RESUMEN ÍNDICE DE CONGRUENCIA
11. VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN - SUBSECTOR C1070-C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS AÑO 2012

INTRODUCCIÓN

Una sociedad más informada, con avances tecnológicos, la globalización y otros factores, han ocasionado que se busque mecanismos que resuelvan las preocupaciones sociales, económicas y ambientales que se han suscitado, para lo cual, se propone el concepto de Responsabilidad Social Empresarial que se debe entender como un modelo de gestión ética empresarial que toma en cuenta los impactos de las decisiones que adoptan las empresas frente a los stakeholders o grupos de interés.

El objeto de la Responsabilidad Social Empresarial es que una empresa socialmente responsable llegue a ser una entidad competitiva en términos económicos pero con una finalidad social compartida entre sus grupos de interés. Todas las personas se encuentran involucradas de alguna manera, con el fin de lograr que las empresas, sean socialmente responsables y que su estrategia de negocio tenga en cuenta tres resultados: ganancias económicas, impacto medioambiental y beneficio social. Los grupos de interés o stakeholders son individuos o grupos con variados intereses, expectativas y demandas que la empresa debe satisfacer.

En el Ecuador se ha impulsado la Responsabilidad Social Empresarial bajo distintas miras, una de ellas es la Ordenanza Municipal de Responsabilidad Social No. 333, que

se basa en la Norma ISO 26000 y en la Constitución de la República del Ecuador además, el Gobierno Ecuatoriano ha desarrollado el Programa CreEcuador del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), que presenta los Sellos “Hace Bien y Hace Mejor”, como una iniciativa para las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas ecuatorianas que se comprometan con el cumplimiento de las cuatro responsabilidades empresariales - ética con los trabajadores, con la comunidad, con el Estado y con el medio ambiente- de forma íntegra. Además, constituyen el fundamento de la construcción de una cultura de Responsabilidad Social en los empresarios que siguen los lineamientos de mencionados sellos. A nivel internacional, se ha impulsado la adopción de la RSE como una estrategia empresarial, existen distintas instituciones y organizaciones de todo el mundo que han impulsado y fomentado el comportamiento socialmente responsable a nivel global. Las iniciativas propuestas comprenden normas cuyos propósitos son buscar una uniformidad de principios, actuaciones e indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial de forma que la labor de las empresas, en este ámbito, pueda ser reconocida no sólo en el entorno más cercano de la empresa sino también en el ámbito mundial.

El desafío es generar e implementar una cultura empresarial en que se actúe y tome medidas socialmente responsables, que guíen las actividades normales del giro del negocio y de la toma de decisiones operativas bajo el lineamiento de las tres

dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial - económico, social y ambiental - enmarcado en las cuatro líneas estratégicas de competencia: ética empresarial, calidad de vida, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, cuidado y preservación del medio ambiente; es decir, una relación ética de la empresa con los stakeholders y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

CAPITULO 1 ANTECEDENTES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial ha tenido un importante desarrollo, como consecuencia de la influencia de la globalización, el avance tecnológico y el surgimiento de economías emergentes donde ha crecido de manera significativa la fabricación de productos, a veces producidos en condiciones de desatención a los derechos laborales y al medio ambiente. También ha influenciado la percepción de que los recursos naturales son limitados y que no pueden seguir consumiéndose al ritmo actual, existe una sensibilidad general hacia la preocupación de la responsabilidad empresarial con la sociedad.

Quienes direccionan e interactúan en las empresas, tienen una cultura e ideología errada de lo que es crecimiento y desarrollo puesto que, asocian al crecimiento con la generación de riqueza, la obtención de utilidades bajo distintas modalidades de

producción y comercialización, dejando a un lado lo que realmente es generar valor para el desarrollo y crecimiento empresarial tanto interno como externo. La creación de valor va más allá de gestionar medios para obtener réditos a corto plazo sino, crear valores sustanciales a través del diseño y aplicación de políticas éticas plasmadas en estrategias empresariales, en pro del mejoramiento de la calidad de vida, el cuidado de los recursos que sirven como fuente de producción y que vayan de la mano con la misión, visión y objetivos de la empresa y satisfaciendo las expectativas de los Stakeholders.

En la cultura empresarial no existe un conocimiento claro de las políticas que promuevan el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, por ello, se pretende identificar los riesgos y debilidades de las PYMEs en sus relaciones con los grupos de interés.

Este proyecto pretende realizar un diagnóstico de sostenibilidad de las PYMEs de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial como filosofía de gestión. Al recomendar la realización del diagnóstico de sostenibilidad se procura contribuir a la identificación de los elementos de gestión, ética y transparencia, calidad de vida y satisfacción de las necesidades materiales; factores que pueden afectar las relaciones con los grupos de interés o stakeholders; la responsabilidad como empresa es asegurar que este impacto sea positivo.

Se analizan y canalizan las diferentes relaciones que mantiene la empresa con sus stakeholders en cuestiones de transparencia y ética, calidad de vida y de las necesidades humanas, generación y distribución de riqueza.

El estudio ofrece una oportunidad para concienciar, motivar e involucrar a empresas pequeñas y medianas del Distrito Metropolitano de Quito sobre la importancia de gestionar de manera responsable, alcanzando una ventaja competitiva para el sector manufacturero y su positiva incidencia en el desarrollo del país.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué riesgos y debilidades se evidencian en el Diagnóstico de Sostenibilidad que pueden provocar el rechazo de los grupos de interés y que si son descuidados de manera sistemática, pueden afectar las relaciones con los diferentes stakeholders?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social Empresarial, y las relaciones con los grupos de interés de las PYMEs del DMQ correspondiente al subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características del subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios en cuanto a los factores políticos, económicos y sociales en los que se desenvuelven.
- Realizar el diagnóstico de sostenibilidad para determinar los riesgos y debilidades de las PYMEs del DMQ del subsector C1070-C1080:

Elaboración de productos alimenticios para orientar la gestión de Responsabilidad Social Empresarial.

- Evaluar el grado de coherencia de la responsabilidad social en las PYMEs del subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios, medido como la respuesta a las expectativas de los grupos de interés o stakeholders en cuanto a las líneas estratégicas: Ética y transparencia, calidad de vida y generación y distribución de riqueza.
- Identificar el índice de sostenibilidad global de las PYMEs del subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios, expresados como el grado de solidez y sostenibilidad de la empresa.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Teórica

La preocupación por los impactos sociales, ambientales y económicos que genera una empresa se ha acentuado en las últimas décadas, debido que existe

una sociedad más informada, el avance tecnológico, la globalización, movimientos activistas preocupados por el bienestar de la sociedad en su conjunto, exigiendo un comportamiento ético, valores llevados a la práctica a través de la manera que se producen o como se realizan los negocios. La necesidad de procurar una visión de desarrollo sostenible, a través de las actividades cotidianas y lógicas económicas, ambientales y sociales coherentemente alineadas. El desafío es plasmar en las pequeñas y medianas empresas la ética de responsabilidad social, despertando su interés y conciencia sobre la ventaja competitiva que pueden lograr al adoptarla.

Se considera a la Responsabilidad Social Empresarial como un modelo de gestión o marco de referencia para las empresas independientemente de su tamaño, que incorpora los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el ambiente, para actuar en beneficio mutuo, tanto de la organización como de la naturaleza y de las partes interesadas, más allá del cumplimiento de las exigencias legales. Forma parte de la estrategia fundamental de toda organización, a través de la asignación de responsabilidades y rendición de cuentas en todos los niveles.

Es el compromiso voluntario por asumir un comportamiento ético y transparente, siendo un proceso global para mejorar continuamente su

desempeño de protección a las personas, al ambiente y contribuir al desarrollo de su territorio y de la sociedad en general. Se debe dejar de lado los antiguos preceptos de desarrollo y crecimiento insostenible (maximización de beneficios económicos que consideran a los recursos naturales como ilimitados), a través de la adopción e implementación que redireccionen lo que realmente es desarrollo, que va más allá de réditos económicos sino que se enfatiza en la creación de una cultura basada en los valores éticos, morales, desarrollo de capacidades para un desarrollo sostenible con el objetivo de hacer que las generaciones futuras sean prósperas y se manejen bajo una estrategia empresarial cultural, ética y sostenible.

Esta iniciativa, está basada en la certificación ISO 26000, que establece líneas en materia de Responsabilidad Social.

LA ORDENANZA MUNICIPAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL No. 333

La Ordenanza Municipal de Responsabilidad Social No. 333 publicada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito el 14 de marzo de 2012, se basa en la norma ISO 26000, que establece los lineamientos en tema de Responsabilidad Social. La ordenanza tiene por objeto incentivar a las

empresas, tanto públicas como privadas, a desarrollar actividades en que se integre la Responsabilidad Social en su modelo de gestión, dentro del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de que las empresas ejecuten estrategias de Responsabilidad Social para un Desarrollo Sostenible.

La Ordenanza Municipal No. 333, da la oportunidad para motivar e involucrar a empresas y gobiernos sobre el grado de relevancia de vivir de manera responsable, generando un territorio competitivo y una sociedad sostenible. Dentro del contexto, se creará el Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social para instaurar un espacio de diálogo y participación, donde los diferentes stakeholders puedan expresar sobre la situación actual de la Responsabilidad Social y proponer acciones que contribuyan al fomento de la misma.¹

Para efectos de la ordenanza, se basa en la Constitución de la Republica del Ecuador. Los artículos que hace mención corresponden al capítulo segundo de los Derechos del buen vivir, Sección segunda – Ambiente Sano -, artículo 14 señala que, “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir (...). Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados”, el artículo 15 de la misma sección menciona: “El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto (...). Se prohíbe el

¹ Cfr, S/N. (2011). [<http://www.quebakan.com/2011/07/18/noticias/municipio-de-quito-impulsa-primer-ordenanza-municipal-en-ecuador-sobre-responsabilidad-social.html>]. *Municipio de Quito impulsa primera Ordenanza Municipal en Ecuador*. p.1

desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.”. El artículo 30 de la misma norma establece que: “Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable...”; el artículo 33 de la Constitución de la República, señala: El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.”; el artículo 52 de la misma norma prescribe: “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad...”; el mismo cuerpo constitucional en su artículo 53 dispone: “Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras...”; de igual manera, en su artículo 54 la Constitución señala: “Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore...”; el artículo 66 de la Constitución, reconoce y garantiza en su numeral 15 lo siguiente: “El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental”; y en su numeral 25; “El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.”; el artículo 71 de la misma norma establece: “La naturaleza (...) tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos (...). El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema”; el artículo 83, numeral 6, de la Constitución establece que son deberes y responsabilidades de los ecuatorianos: “Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible”, numeral 7: “Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular”; numeral 12: “Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética”; el artículo 278 de la misma norma señala: “Para la conservación del buen vivir, las personas, y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde (...) 2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad

social y ambiental; el artículo 285 de la Constitución señala: “La política fiscal tendrá como objetivos específicos: (...) 3. La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables”; el artículo 288 de la Constitución dispone: “Las compras públicas cumplirán con criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social...”; la Constitución de la República en su artículo 306, en cuanto a la política comercial, señala: “El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal...”; en cuanto al sistema financiero, el artículo 308 de la Constitución establece: “... Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo social y ambientalmente responsable”; en cuanto a los sectores estratégicos, el artículo 313 la Constitución manifiesta: “El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia...”; el artículo 315 de la Constitución dictamina: “Las empresas públicas (...) funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales”; en cuanto al trabajo y la producción, el artículo 319 de la Constitución señala: “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentaré la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional”; en cuanto a las formas de organización de la producción y su gestión, la Constitución en su artículo 320 manifiesta: “En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social”; el artículo 408 de la Constitución, tercer inciso, en lo referente a los recursos naturales manifiesta: “...El Estado garantizará que los mecanismos de producción, consumo y uso de los recursos naturales y la energía preserven y recuperen los ciclos naturales y permitan condiciones de vida con dignidad”; el artículo 3 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, determina como principios que rigen a las empresas públicas, entre otros, los siguientes: “1. Contribuir en forma sostenida al desarrollo humano y buen vivir de la población ecuatoriana; (...) 3. Actuar con eficiencia, racionalidad, rentabilidad y control social en la exploración, explotación e

industrialización de los recursos naturales renovables y no renovables y en la comercialización de sus productos derivados, preservados el ambiente; 4. Propiciar la obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, universalidad, accesibilidad, regularidad, calidad, continuidad, seguridad, precios equitativos y responsabilidad en la presentación de los servicios públicos; (...) 6. Preservar y controlar la propiedad estatal y la actividad empresarial pública”; el mismo cuerpo legal, en su artículo 9, numeral 4, establece que los directorios de las empresas públicas deberán: “Aprobar las políticas aplicables a los planes estratégicos, objetivos de gestión, propuesto anual, estructura organizacional y responsabilidad social corporativa”; el Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo (Acuerdo Subregional Andino), en su Capítulo III, Gestión de la Seguridad y Salud en los Centros de Trabajo, Obligaciones de los empleadores, en su artículo 11 determina: “En todo lugar de trabajo se deberán tomar medidas tendientes a disminuir los riesgos laborales. Estas medidas deberán basarse, para el logro de este objetivo, en directrices sobre sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo y su entorno como responsabilidad social...”; es indispensable que las organizaciones modernas incorporen en su gestión y en sus relaciones el respeto y consideración a la naturaleza y a los intereses de empleados y trabajadores, accionistas, clientes y consumidores, proveedores, comunidad y sociedad en general (grupos de interés); y acorde a los principios de la Constitución de la República y a los cambios del mercado mundial hacia una economía sostenible, es necesario empezar la construcción de una cultura de responsabilidad basada en la ética, la transparencia y la rendición de cuentas; debiendo las organizaciones definir metas con visión de sostenibilidad, lo cual implica la generación de riqueza y rentabilidad, pero al mismo tiempo valores de equilibrio con la Naturaleza y con la equidad social.²

En resumen, haciendo referencia a los artículos de la Constitución en las que se basa la Ordenanza Municipal 333 se menciona en:

El artículo 14 alude al derecho de la población aledaña a la localidad de la empresa en vivir sanamente, es decir, mantener la conservación y el trato de operaciones que perjudiquen al medioambiente y a la biodiversidad,

² ORDENANZA METROPOLITANA No 333. p. 1-6

entendiéndose a este último término como el conjunto de recursos naturales como agua, suelo, aire, recursos mineros, fauna y flora, manteniendo un equilibrio o sostenibilidad.

El artículo 15 detalla acerca del uso de tecnologías y procesos adecuados para el buen trato ambiental, así como también la prohibición del uso de tecnologías nocivas para la salud y ecosistema.

Se exponen en los artículos 30 y 33 de la Constitución el derecho de las personas de vivir en un hábitat seguro y saludable, además del derecho y deber social con los trabajadores de ser empleados con las remuneraciones y retribuciones justas, trabajar en un ambiente sano y sin discriminación, garantizado por el Estado.

El artículo 52 determina el derecho de los empleados de contar con los bienes y servicios de calidad en el trabajo; el artículo 53 expone la obligatoriedad de instaurar sistemas de medición de satisfacción de las necesidades y en la atención de los consumidores y clientes. El artículo 54 menciona que toda institución de servicio público y comercializadoras deben asumir las responsabilidades y efectos de la calidad deficiente del producto, condiciones y

prestación del servicio.

El artículo 66 señala el derecho de desarrollar actividades económicas individual o colectiva bajo los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. En el numeral 25 del mismo artículo expone el derecho de acceder bienes y servicios de calidad, eficiencia, eficacia y buen trato. El artículo 71 establece que el Estado incentivará a las personas naturales, jurídicas y colectivas el derecho de respetar íntegramente la existencia, mantener y regenerar a la naturaleza. Así mismo el artículo 83 numeral 6 alude acerca del deber y responsabilidad del ecuatoriano en los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y el buen uso de los recursos del mismo promoviendo la sustentabilidad y sostenibilidad medio ambiental. En el numeral 7 promover el bien común; numeral 12 ejercer la profesión bajo los lineamientos de la ética.

El artículo 278 menciona que para conservación del buen vivir se tiene que producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental. El artículo 306 estipula que el Estado promoverá las exportaciones, en especial a pequeñas y medianos productores y del sector artesanal, que cumplan con la responsabilidad ambiental, con preferencia de aquellos que generen mayor empleo y valor agregado. El artículo 313

determina que el Estado tiene el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos en los ítems de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia. El artículo 319 señala que el Estado reconoce y asegura el buen vivir de la población de las diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. Además alentará la producción que satisfaga la demanda interna. El artículo 320 señala que los distintos procesos productivos se estimularán: una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Por otro lado, a nivel mercado y sociedad se valora cada vez más la reputación e imagen corporativa, así como la responsabilidad con sus empleados y con la comunidad, la propensión de la sostenibilidad y la gestión adecuada de la dirección de estrategias empresariales para atraer mayor inversión y capital. Respecto a la Responsabilidad Social Empresarial el Gobierno Ecuatoriano ha desarrollado el Programa CreEcuador del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), que presenta los Sellos Hace Bien y Hace Mejor, como una iniciativa a aquellas micro, pequeñas, medianas y grandes empresas ecuatorianas que se comprometan con el cumplimiento de las cuatro éticas empresariales —ética con los trabajadores, ética con la

comunidad, ética con el Estado y ética con el medio ambiente- de forma íntegra. Además, constituyen el fundamento de la construcción de una cultura de Responsabilidad Social en los empresarios que siguen los lineamientos de mencionados sellos.

SELLO HACE BIEN: tiene como objetivo reconocer aquellas empresas que se mantienen en el marco legal de las cuatro éticas empresariales y que han incorporado en su funcionamiento empresarial las buenas prácticas empresariales.

SELLO HACE MEJOR: tiene como objetivo reconocer aquellas empresas que han incorporado a su gestión empresarial altos estándares de buenas prácticas con respecto a las cuatro éticas empresariales. Para obtener este sello las organizaciones deben obtener primero el Sello Hace Bien y un reconocimiento ecuatoriano Punto Verde, que lo concede el Ministerio de Ambiente del Ecuador.

Serán acreedoras de los certificados de los Sellos Hace Bien y Hace Mejor aquellas empresas que se sometan a una auditoría de cumplimiento que la realizará una entidad privada asignada por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y posteriormente acreditada por el Organismo de

Acreditación Ecuatoriano (OAE).

LAS RESPONSABILIDADES EMPRESARIALES:

Conviene mencionar que los Sellos Hace Bien y Hace Mejor sugieren a los empresarios tomar en cuenta:

- **ÉTICA CON LOS TRABAJADORES:** constituye el cumplimiento con los principios de los Derechos Humanos, convenios firmados con la Organización Internacional de Trabajo (OIT) y con la legislación ecuatoriana. Además, los aspectos que conforman esta ética es el cumplimiento con lo establecido en la ley, es decir, en cuanto a remuneraciones, jornadas laborales, repartición de utilidades y beneficios para el trabajador, sin prohibición alguna al derecho de asociarse de los trabajadores. Cumplimiento con las leyes de Seguridad y Salud, analizar los riesgos laborales, garantizar la no discriminación de ningún tipo, profundizar el desarrollo integral del colaborador, es decir, las competencias del personal y la preocupación por el desarrollo de la familia.
- **ÉTICA CON LA COMUNIDAD:** tiene como objetivo a que las empresas busquen el desarrollo de la sociedad respetando sus valores culturales y procurando la inclusión económica y social de los más pobres. Se debe considerar el cumplimiento de las leyes, normas, ordenanzas que regulan la

fabricación de productos y servicios, tanto de la organización como de los proveedores; apoyo a la comunidad en la que se localiza a través de trabajos o acciones comunitarios.

- **ÉTICA CON EL ESTADO:** constituye el cumplimiento con las obligaciones tributarias, fiscales y otras que incidan en la actividad de las organizaciones. Los empresarios deberán apoyar en la ejecución de proyectos de organizaciones gubernamentales.
- **ÉTICA CON EL MEDIOAMBIENTE:** procura a que las organizaciones sean responsables con sus procesos productivos y de los impactos que estos generen en el medioambiente, un factor importante a considerar es la minimización del consumo de recursos naturales, cuidado y conservación de la biodiversidad desarrollando un sustento de las generaciones futuras. Se debe considerar dentro de esta ética a la identificación y gestión de los riesgos ambientales que pudiesen afectar al desarrollo de las actividades empresariales, establecer mecanismos para mitigar el consumo de recursos naturales, realizar una adecuada gestión de los desechos, consecución de lo establecido en el reglamento de los Sellos Hace Bien y Hace Mejor y del reglamento general que establece el régimen jurídico para la certificación y el uso adecuado de mencionados sellos.³

³ Cfr, MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD. Hace

Además, en el país es aplicable para cualquier organización independientemente de su tamaño o localización con el carácter de voluntaria la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN-ISO 26000 –Guía de Responsabilidad Social- misma que proporciona orientación sobre: conceptos, términos y definiciones relacionados con la Responsabilidad Social, antecedentes, tendencias y características de la Responsabilidad Social, principios y prácticas, materias fundamentales, integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable en toda la organización y, a través de sus políticas y prácticas relacionadas, identificación e involucramiento de las partes interesadas, y comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionados con la Responsabilidad Social.

Esta norma tiene como objeto que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento del marco legal, es decir, incentivar a una compenetración y voluntariedad con la Responsabilidad Social. Las empresas al tomar en cuenta esta norma debe considerar la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional. Esta norma no tiene propósitos para certificación alguna puesto que tiene, como se mencionó anteriormente, el proporcionar orientación a las organizaciones sobre Responsabilidad Social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública.

1.4.2 Práctica

La importancia práctica de la presente investigación se detalla a continuación:

Impactos científicos: concienciar, motivar e involucrar a las PYMEs sobre la importancia de una gestión responsable, que contribuya al desarrollo de una sociedad sostenible.

Impactos tecnológicos: Motivar la generación de informes de responsabilidad social como herramienta de rendición de cuentas y práctica habitual de convivencia; sistematizar, registrar y difundir las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en forma transparente.

Impactos educativos, culturales: El proyecto propuesto afianza el proceso investigativo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, tanto desde el punto de vista metodológico y práctico, como en la formación académica de sus estudiantes. Existe una base de datos confiable, producto de investigaciones anteriores, que permitirá el éxito del trabajo de campo.

Impacto en la solución de problemas de la sociedad: Promover el desarrollo sostenible, que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El desarrollo sostenible se refiere a la integración de los objetivos de calidad de

vida elevada, salud y prosperidad con la justicia social y al mantenimiento de la capacidad de la tierra para preservar la vida en toda su diversidad. Los objetivos de la triple línea: sociales, económicos y ambientales son interdependientes y se refuerzan mutuamente, cuyos resultados se reflejan en los informes anuales de responsabilidad social de las empresas. Esto posibilita evaluar su desempeño en términos del grado de gestión y sostenibilidad en el largo plazo, acciones hacia una actuación integral responsable y cumplimiento sostenible con los grupos de interés o stakeholders.

Relación con otros proyectos: Este proyecto está relacionado con la línea de investigación enfocada al mejoramiento de las PYMEs, siendo estos: “Caracterización de la PYME de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”, “Ingeniería de negocios para el mejoramiento de gestión de las PYMEs”, y “Análisis de las brechas competitivas en las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”, estos temas se encuentran estrechamente relacionados, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos ahora propuestos.

CAPITULO 2: FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.1 CONCEPTOS Y TENDENCIAS

2.1.1 Definición de la Responsabilidad Social Empresarial

Recopilando las definiciones dadas por diversos autores como Ángel J.A. Jaramillo C, Toro y Thompson A. (1998), se puede mencionar que, la Responsabilidad Social Empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los stakeholders en cuanto a su compromiso con el desarrollo, bienestar y mejoramiento de la calidad de vida; en el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad mediante el fomento de las capacidades y destrezas de cada participante para alcanzar dicho desarrollo. Preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales. Los beneficios que trae la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa, son de doble

carácter, internos y externos. En relación a los beneficios internos alude a la reducción de costos y tensiones entre los empleados de la empresa, provocando esto último beneficios externos, reflejados en la imagen de la firma.⁴

“...La responsabilidad social impulsa el fortalecimiento de la empresa y la lealtad de los consumidores hacia una determinada marca. Las poblaciones en todo el mundo esperan que las empresas contribuyan a la solución de problemas sociales. Esta presión y el descubrimiento de que las inversiones en el campo social son rentables, condujeron a una nueva etapa, en la cual lo social y lo económico se integran en la búsqueda de la sostenibilidad...”.⁵

2.1.2 Evolución Histórica

La Responsabilidad Social Empresarial nace a mediados del siglo XVII e inicios del siglo XIX en la denominada era de la Revolución Industrial, épocas de regímenes Monárquicos. Dentro del lapso de dichos siglos, alrededor de 200 años, a razón de las grandes brechas socioeconómicas que se generaron y que se convirtió en una de las causas fundamentales para que se dé el período de las

⁴ Cfr, C. FUENZALIDA. (2008).

[http://www.alafec.unam.mx/docs/mem_prog_cr/TrabajosInvestigacion/TareaPrevia/ResponsabilidadSocEmprChileGR02.pdf]. *Responsabilidad Social en Chile*. Chile. p. 10

⁵ Y. ZAMBRANO. (S/AÑO).

[<http://www.monografias.com/trabajos76/responsabilidad-social-empresarial/responsabilidad-social-empresarial.shtml>]. *Responsabilidad Social Empresarial*. p. 2

revoluciones burguesas con su exponente la Revolución Francesa.

La Revolución Industrial se da a razón de los conflictos socio políticos que fue tomando forma en la época conllevando a la segunda fase denominada La Segunda Revolución Industrial, mediante la creación del motor de combustión interna, el desarrollo del aeroplano, la producción en masa de bienes de consumo y otros grandes avances de la época, es decir, se genera el mayor avance tecnológico de la historia humana, y no es hasta inicios del siglo XX que se fue comprendiendo la importancia de generar un desarrollo más equilibrado, cuyas bases populares encuentren una forma de vida no limitada a la supervivencia y entendiendo que los recursos naturales no son infinitos.

En base a estos criterios, el de preservar el equilibrio hombre naturaleza, y el entendimiento de que la industria y el empresario son responsables no solamente de ser agente generadores sino gestor de una sociedad más justa, se establecen los principios fundamentales que hacen a la Responsabilidad Social Empresarial. A partir de la comprensión de la realidad del empresario como tal, se entiende a la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta de gestión empresarial, una nueva visión de hacer negocios que añade a la preocupación habitual del desempeño económico, la preocupación en el impacto sobre los integrantes de toda la cadena (stakeholders), convirtiéndose la RSE en una actitud estratégica, en la que las empresas deben aprender a

escuchar, comprender y satisfacer las expectativas de todos los grupos de interés.⁶

Existen ejemplos de épocas pasadas que se pueden enunciar. A inicios de los años setenta la Responsabilidad Social Empresarial se dio a entender en Estados Unidos en el concepto de “Business Ethics”, que traducido significa la ética de los negocios o ética de la empresa. Introduce pautas de reflexión ante la concepción tradicional de empresa, donde el objetivo único es el beneficio, en muchas ocasiones independientemente de la forma de conseguirlo. Con este enfoque tradicional, en los años 70’, se vislumbraba un panorama futuro con grandes dosis de injusticia, donde era necesario poner límites a la competitividad, haciendo compatibles los conceptos de competitividad y ética en los negocios.

El fenómeno de la ética en los negocios pretende nadar contracorriente, intentando compatibilizar conceptos hasta el momento incompatibles. La principal causa, la desmesurada carrera por la competitividad, y en último extremo la consecución de beneficios empresariales como único fin. Así, no es sorprendente recurrir a mano de obra de países subdesarrollados, incurrir en

³ Cfr., M. E. WILLE. (2010). [Observatorio Boliviano de Responsabilidad Social Empresarial. *Cuándo, Por qué nace y qué es la RSE*. p. 1

delitos medioambientales, entre otros; incluso grandes multinacionales que venden sus productos a nivel mundial.⁷

Por otro lado en España, la Responsabilidad Social Empresarial tiene su origen a finales de los años 90s a través de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO) que introduce el concepto de Inversión Social Responsable.

También se pueden encontrarse ejemplos de responsabilidad social empresarial desde mediados del siglo XX, sin embargo, no es sino hasta el año 2002 que la Responsabilidad Social Empresarial entra en la agenda del Foro Económico Mundial (en inglés, World Economy Forum WEF), en una sesión en la cual un grupo de presidentes y directores de diferentes corporaciones integrantes del WEF, presentan una declaración conjunta, en la que recomiendan un marco para la acción en el ámbito de la RSE. Este evento, sitúa por primera vez a la Responsabilidad Social Empresarial en la agenda económica global, y con ello, la convierte en una prioridad para los líderes del mundo global.

³ Cfr., FUNDITEC (2008). guiarse: ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PONER PRÁCTICA Y PARA PENSAR. *La Responsabilidad Social Empresarial*. p. 4(S/AÑO).

En resumen, la Responsabilidad Social Empresarial fue incursionando en épocas de gran importe para el desarrollo humano, nombrando así como grandes exponentes a la Primera y Segunda Revolución Industrial. Épocas en que se generaban los mayores cambios socioeconómicos, tecnológicos y culturales en la historia humana, como también se dio un gran significado al avance tecnológico mediante la creación del motor de combustión interna, el desarrollo del aeroplano, la producción en masa de bienes de consumo y otros grandes avances.

De esta manera, por los avances para el desarrollo humano, se vio la necesidad de comprender la importancia de generar un desarrollo más equilibrado, el respeto a los derechos de los trabajadores, a la supervivencia, entender que los recursos naturales no son ilimitados, reducción del impacto medio ambiental, reconocimiento de que es necesario crear nuevos sistemas de producción y nuevos productos para garantizar el desarrollo sostenible, es decir, encontrar un equilibrio entre hombre y naturaleza haciendo de la sociedad más justa, estableciéndose los principios de la Responsabilidad Social Empresarial y preocupación en el impacto sobre los stakeholders siendo así una actitud estratégica para la empresa.

El sector empresarial se consolidó y sigue siendo la principal fuerza motriz de

estos cambios; y para alcanzar el desarrollo sostenible se requiere un cambio profundo en la gobernanza de las empresas, así como en todo el proceso político de la globalización. El papel del sector público y la sociedad civil adoptan una importancia creciente. Las empresas se centran en creación de nuevos mercados y en generar valor.

2.1.3 Tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial

En los últimos años se ha impulsado la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia empresarial, existen distintas instituciones y organizaciones de todo el mundo que han impulsado y fomentado el comportamiento socialmente responsable a nivel global. Las iniciativas propuestas comprenden normas cuyos propósitos son buscar una uniformidad de principios, actuaciones e indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial de forma que la labor de las empresas, en este ámbito, pueda ser reconocida no sólo en el entorno más cercano de la empresa sino también en el ámbito mundial.

A nivel internacional existen organizaciones, tanto públicas como privadas, que promueven la Responsabilidad Social Empresarial. Son organizaciones de alcance mundial tales como la Unión Europea, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el Pacto Mundial impulsado por las

Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo; instituciones que tienen como eje principal de su gestión optimizar el impacto de las empresas transnacionales en una economía globalizada. Los motivos son claros y es que operando con responsabilidad social, transparencia en las operaciones, respeto por los proveedores y empleados locales, cuidado de los recursos ambientales, sana interacción con el Estado, citando sólo algunos aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial, las multinacionales pueden resultar un motor de crecimiento de los países en vías de desarrollo, mientras que si actúan con irresponsabilidad y mirada de corto plazo, pueden resultar perjudiciales.

Las tendencias en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial son:

Corriente Europea

La tendencia europea se caracteriza por la búsqueda del desarrollo y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial liderando por los gobiernos y los consumidores, con una visión más humanista, es decir, con valores y de carácter empresarial.

Bajo el ámbito de la Unión Europea, las iniciativas que se propone acerca de la Responsabilidad Social Empresarial se centran en la comunicación de la Comisión Europea -una contribución empresarial al desarrollo sostenible- que fue publicada en julio 2002 y por otro lado, el Libro verde -fomentar un marco

europeo para la responsabilidad social de las empresas-. Los objetivos y planteamientos del Libro Verde están en sintonía con el Global Compact de Naciones Unidas, el modelo del Global Reporting Initiative (GRI) y las Líneas Directivas para las Empresas Multinacionales.

El propósito es que la sociedad en su conjunto y en particular los stakeholders, puedan obtener información de las empresas que les permitan conocer su funcionamiento y basándose en ésta, adoptar medidas de apoyo mediante el consumo, la inversión o la financiación. En aquellos casos en los que el comportamiento no se ajuste a unas prácticas acordes con la Responsabilidad Social Empresarial, los diferentes grupos de interés podrían no efectuar ninguna medida de apoyo, desinvertir e incluso fomentar campañas de divulgación que contribuyan a castigar la reputación y la imagen de esa empresa. En este orden de ideas, las partes interesadas tratarán de conocer en el ámbito o la dimensión interna de la empresa, cuál es la política de la empresa en el área de los recursos humanos, qué tipo de contratación e inserción laboral sigue la empresa, cómo participan los trabajadores en las decisiones y el nivel de información que tienen, qué tipo de formación reciben los empleados, cuáles son las medidas que en materia de seguridad, política de gestión, reciclado y eficiencia energética sigue la empresa. En el ámbito o la dimensión externa de la empresa, las partes interesadas se preguntan sobre la integración y colaboración de la empresa en su entorno local; del mismo modo, también se

reclama información sobre el nivel de control que tiene la empresa en relación con los proveedores, si son respetuosos con los derechos humanos y el medio ambiente, cuál es el comportamiento y el volumen de subcontratistas etc., y finalmente, solicitan a las empresas que indiquen qué tipo de medidas adoptan en el campo del medio ambiente para disminuir las externalidades negativas que genera en el entorno en donde desarrolla su actividad.

- **Comisión de las Comunidades Europeas (Unión Europea): Libro Verde**

El Libro Verde fomenta un marco para la responsabilidad social de las empresas, el objetivo que enmarca es favorecer un amplio debate en Europa sobre las relaciones empresa y sociedad. Existen ejes de argumentación sobre la necesidad de una mayor coherencia de las actuaciones públicas y privadas con el modelo social europeo. Además, determina lo que deberían ser las finalidades y responsabilidades de las empresas, que deben considerar las demandas y presiones de los consumidores, los trabajadores, inversores y de la opinión pública, a favor de una ampliación de las responsabilidades empresariales, más allá de las exigencias contempladas en las leyes y regulaciones.

- **Corporación para la Responsabilidad social europea (Corporate Social Responsibility Europe, CSR)**

Constituye una red europea creada en 1995 por 48 empresas, bajo la denominación de European Business Network for Social Cohesión. El objetivo que persigue la CSR es ayudar a las empresas a alcanzar un crecimiento sustentable con progreso humano, incorporando la responsabilidad social empresarial en la estrategia de negocio.

- **La Fundación ETNOR (para la ética de los negocios y las organizaciones)**

El propósito de la Fundación ÉTNOR constituye el promover el reconocimiento, difusión y respeto de los valores éticos implícitos en la actividad económica y en la calidad de las organizaciones e instituciones públicas y privadas. Desde su constitución en octubre de 1994 hasta la actualidad, la Fundación desarrolla distintas actividades bajo objetivos fundacionales establecido como son la promoción de un ambiente social propicio para la asunción voluntaria de normas éticas; la investigación científica y operativa sobre los valores y normas éticas que deben regir la actividad económica y la vida de las organizaciones; y la formación de profesionales en este campo interdisciplinario. Dichas actividades se concretan en la celebración anual del Seminario

Permanente, proyectos de investigación, ejecución de cursos, publicaciones propias y presencia en otros medios, programas de asesoría en ética empresarial y de las organizaciones, talleres de trabajo, concesión de becas de colaboración y becas de investigación, creación de un centro de documentación y biblioteca especializada en ética de los negocios, formalización de convenios de colaboración con instituciones tanto públicas como privadas, así como con centros de formación.

- **Business in the Community (BITC)**

Organización independiente sin fines de lucro cuyo propósito es infundir, comprometer, apoyar y desafiar a las compañías, para lograr la mejora continua de su impacto positivo en la sociedad.

- **La Fundación Empresa y Sociedad (FES)**

Constituye una fundación que favorece la ayuda a micro proyectos, normalmente microempresas, en un barrio desfavorecido de Madrid - España. Además ofrece de manera gratuita un sistema de tutoría a cargo de profesionales de empresas privadas. Adicionalmente, ofrece ayuda suplementaria con microcréditos complementarios y donaciones de equipo informático por parte de empresas privadas.

Corriente Americana

La corriente americana se centra por el desarrollo y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial partiendo desde el mundo empresarial y con una visión de “hacer el bien hace bien al negocio”.

- **Banco Interamericano de Desarrollo**

Es un organismo multilateral que realiza investigaciones acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, además de financiar proyectos de implementación de dicha temática y tiene un programa de divulgación, a través de publicaciones y las Conferencias Interamericanas que se celebran anualmente en la región.

- **Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina y el Caribe (Corporate Social Responsibility in the Americas)**

El Banco Interamericano de Desarrollo y sus colaboradores más importantes reúnen a gobiernos, a la sociedad civil, empresas, al mundo académico y a las instituciones multilaterales para desarrollar principios de responsabilidad empresarial sostenibles y efectivos.

- **Business for Social Responsibility (BSR)**

Organización empresarial con sede en Estados Unidos que reúne a compañías de distintos tamaños y sectores. Ofrece productos y servicios innovadores con el objeto de hacer a las compañías comercialmente exitosas, mediante estrategias que promueven el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente.

- **Canadian Business for Social Responsibility**

Asociación canadiense que reúne a más de 110 empresas cuyo objeto es brindar apoyo en la implementación a largo plazo de políticas y prácticas que fomenten el éxito sostenido y responsable frente a las exigencias de sus principales accionistas.

Corriente Latinoamericana

- **Alianza Social (Venezuela).**

Instituto vinculado a la cámara venezolana VenAmCham cuya misión es promover e incentivar la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas privadas con el fin de mejorar la calidad de vida del venezolano.

- **DERES. Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial.**

Asociación de empresas y empresarios uruguayos implicada en el desarrollo del enfoque Responsabilidad Social Empresarial, exposición de las mejores prácticas de gestión en Uruguay.

- **CEDIS (Panamá).**

Organización sin fines de lucro cuyo objetivo es el de contribuir al desarrollo económico y social de Panamá a través del fortalecimiento, la movilización y la articulación de los actores relevantes de la Responsabilidad Social Empresarial. Incluye casos prácticos, publicaciones propias, proyectos de ONG panameñas.

- **CentraRSE. Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala.**

Organización privada cuyo objetivo es generar una actitud de cambio en los empresarios que operan en el país, es decir, orientar sobre las políticas y prácticas de responsabilidad social en las empresas como un pilar fundamental de la estrategia de negocios.

- **CLACDS, Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible.**

Centro de investigación vinculado a la escuela de negocios INCAE. Su principal objetivo es promover cambios en políticas públicas, las estrategias empresariales y las acciones de la sociedad civil en la región centroamericana.

- **EMPRESA, Responsabilidad Social en las Américas (Continental).**

Red de Organizaciones empresariales en todo el continente americano que persigue un fortalecimiento del enfoque de Responsabilidad Social Empresarial. Tiene la intención de constituirse como el principal referente regional americano respecto a las prácticas y estrategias de RSE.

- **Fundación Bariloche (Argentina).**

Institución privada de bien público, sin fines de lucro, que contribuye a la realización de actividades de investigación, creación, y difusión en las áreas de filosofía, calidad de vida, y medioambiente y desarrollo sostenible.

- **Fundación Esquel (Ecuador).**

ONG que busca contribuir al desarrollo humano sostenible en el Ecuador a través de programas de cofinanciación, asesoría y asistencia técnica a otras organizaciones, empresas e instituciones.

- **FUNDEMAS. Fundación empresarial para la acción social (El Salvador).**

Tiene como objetivo contribuir al desarrollo económico y social de El Salvador mediante el fortalecimiento de la Responsabilidad Social de la empresa privada, la promoción de la filantropía y de los valores empresariales.

- **IARSE, Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (Argentina).**

ONG que persigue el compromiso del mundo empresarial argentino con el desarrollo sostenible a través de enfoque RSC. En su website se divulgan buenas prácticas y noticias relevantes.

- **Instituto Ethos, Empresa e Responsabilidad Social (Brasil).**

Think tank empresarial brasileño cuya misión es ayudar a las empresas a incorporar la Responsabilidad Social Corporativa a su gestión diaria. Además de la divulgación de materiales. Organiza conferencias anuales nacionales sobre RSC de gran repercusión nacional.

- **Perú 2021**

Asociación empresarial que pretende que la empresa peruana se convierta en un motor de desarrollo incorporando la responsabilidad social como herramienta de gestión. Los proyectos dirigidos hasta el momento están dirigidos al ámbito de la inversión en la comunidad.

- **Red Puentes (Continental).**

Red compuesta por 18 instituciones de 5 países y un grupo de consultores que se fundó en julio del 2002 con el fin de promover el desarrollo de una cultura y prácticas de responsabilidad social empresarial apropiada en los países latinoamericanos.

- **Sistema FIRJAN, Federação das Indústrias Estado do Rio de Janeiro (Brasil).**

Organización empresarial del estado de Río de Janeiro, de la que forman parte acerca de 16000 empresas. Está estructurada en Consejos Empresariales que prestan servicios de asesoría especializada en Medioambiente y Responsabilidad Social.

En resumen acerca de los propósitos y objetivos de la implementación y gestión de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel de las distintas tendencias de la RSE determinan que, una empresa socialmente responsable será una entidad competitiva en términos económicos pero con una finalidad social compartida entre sus grupos de interés. Todas las personas se encuentran involucradas de alguna manera, con el fin de lograr que las empresas, a todo nivel, sean socialmente responsables y que su estrategia de negocios tenga en cuenta tres aspectos de resultados: ganancias económicas, impacto medioambiental y beneficio social.

Así como las empresas, generadoras de desarrollo y empleo, tienen ganancias por sus actividades, también deben tener en cuenta el impacto que causan al medio ambiente así como los efectos directos e indirectos en las personas (los

empleados) que están involucrados en sus operaciones y su entorno de vida (familia, comunidad). Los empleados son el principal activo de las empresas, la Responsabilidad Social Empresarial exige un trato equitativo y respetuoso. Además del respeto a los derechos constitucionales, contractuales y colectivos de los trabajadores, la gestión responsable de los recursos humanos implica el compromiso con la promoción de la no discriminación y el mérito, con la conciliación del trabajo y la vida familiar, y con un clima laboral grato y positivo. Los trabajadores deben tener expectativas claras sobre su futuro, de acuerdo a ciertos objetivos y sin temor a situaciones de presión injustificada, acoso o exclusión.

2.1.4 Prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial hoy en día constituye el resultado de varios enfoques y orientaciones que se han ido dando de las investigaciones, el desarrollo teórico de los últimos años y la exaltación de buenas prácticas sociales.⁸

⁸ Cfr., S/N. “**Documentación de buenas prácticas empresariales**”. Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial. p. 1.

La primera orientación se refiere al enfoque de los stakeholders o grupos de interés. Esta visión recupera la imagen de la empresa como organización compleja con obligaciones frente a sus accionistas como también con responsabilidades frente a diversos grupos que son afectados por su dinamismo empresarial. Desde esta comprensión se propone a la empresa asumir la totalidad de su responsabilidad, especialmente con los grupos esenciales de su actividad, entre los que se encuentran: trabajadores, clientes, proveedores, contratistas, comunidades, competencia y consumidores. Desde este enfoque de responsabilidad se han de reivindicar los derechos civiles, sociales y económicos reiterados en las convenciones de Naciones Unidas.

La empresa se convierte en un factor dominante para el desarrollo o retraso de su entorno en el que se desempeña y de dichos grupos sociales que se ven afectados por su actuación, que toman mayor importancia con el paso del tiempo a los cuales la empresa se ve obligada a ser un agente de cambio en la generación de valor económico, social y medioambiental.

Los stakeholders son individuos o grupos con variados intereses, expectativas y demandas que la empresa debe satisfacer. Los grupos de interés poseen caracteres los mismos que con mayor importancia recaen en:

- Legitimidad: constituye la importancia percibida de la demanda de un stakeholder.
- Poder: la capacidad de producir un efecto en la empresa.
- Urgencia: es el grado de atención inmediata que exige la demanda.

Para actuar frente a dichos caracteres, la empresa debe ser sensible ante las necesidades de sus stakeholders de manera que la comunicación que se establezca permita identificarlos y poder satisfacer permanentemente.

El segundo enfoque está relacionado con el avance y la aceptación generalizada del Principio de Sostenibilidad. Esta perspectiva comprende la idea sobre el desarrollo sostenible, es decir, incorporar parámetros de equilibrio e interdependencia entre todos los intereses y expectativas de la empresa. Introducir la sostenibilidad a la Responsabilidad Social Empresarial implica superar las obligaciones empresariales establecidas en la legislación reguladora de la actividad económica, para establecer objetivos compartidos entre el crecimiento económico, el desarrollo social y la protección ambiental. Desde esta comprensión se afirma explícitamente que la empresa no puede operar al margen de los graves problemas sociales, económicos y ambientales; es decir, los retos históricos de cada sociedad exigen de la empresa una respuesta activa que la sitúe más allá del cumplimiento mínimo legal.

Un tercer enfoque de fundamentación está relacionado con el construir parámetros éticos o un compromiso social entre los principales actores involucrados en el desarrollo. Exigir a las empresas un comportamiento en el que asuman la plena responsabilidad con sus productos, mejoren la empleabilidad y estabilidad de sus trabajadores, tejan redes de confianza con clientes y contratistas, mayor incidencia en las comunidades donde operan y altos niveles de transparencia en su rendición de cuentas.

Mencionadas orientaciones conllevan a comprender que para construir una metodología de buenas prácticas empresariales se hace necesario tres consideraciones:

1. La base de una buena práctica de responsabilidad social empresarial ha de ser la reflexión moderna de la ética empresarial.
2. Una buena práctica necesita estar enfocada en algunos de los stakeholders que directa o indirectamente son influenciados por la actividad empresarial.
3. El reconocimiento que se le brinde a una buena práctica ha de ser por sus criterios exitosos en la solución de alguna de las nuevas demandas sociales, laborales o medioambientales que afectan la vida empresarial.

Cabe mencionar que las oportunidades de conseguir ventajas competitivas que faciliten un mejor posicionamiento estratégico se da a través de la integración apropiada de la Responsabilidad Social Empresarial en su estrategia empresarial -como factor clave para el éxito y aceptación de las entidades en el futuro-, y en el nivel operativo.

Al integrar la Responsabilidad Social Empresarial en el proceso estratégico centrado en los stakeholders, se constituye un modelo de dirección estratégico que conlleva a analizar la importancia del grupo de interés en la consecución de los objetivos trazados por la empresa, como también delinear los riesgos que se asumiría de no alcanzar éstos por la influencia de aquellos. Dicho proceso parte de la misión, visión y objetivos determinados desde la perspectiva social para proceder a la formulación, programación, implantación y control de la estrategia social.

Por otro lado, hasta hoy las iniciativas empresariales de Responsabilidad Social Empresarial, exhiben serias limitaciones ya que el esfuerzo por difundir esa construcción teórica como una realidad, no logra concretarse en acciones evaluables en temas claves, como por ejemplo resultados en el ámbito de la salud, derechos del consumidor, políticas de impacto comunitario, transparencia, derechos humanos, iniciativas de género, incentivo a la generación de empleo y apoyo a los jóvenes y en general la apropiación de factores que contribuyan al desarrollo y la superación de la pobreza. La

ampliación del enfoque de Responsabilidad Social Empresarial puede contribuir significativamente a equilibrar las relaciones entre empresas y stakeholders.⁹

Se puede apreciar varios ejemplos de buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial como son los siguientes:¹⁰

- **KH Lloreda:** fabrica y comercializa productos de limpieza para el hogar y sector industrial. Ganadora del Premio Europeo de Medio Ambiente 2003/2004 (Sección Española), la empresa tiene certificado los siguientes sistemas de gestión: calidad (ISO 9001:2000), medio ambiente (ISO 14001), seguridad y salud (OHSAS 18001:1999) y gestión de la ética (SGE21:2005). Sus productos KH-7 Quitagrasas, KH-7 Quitagrasas Cítrico, Zas! Multiusos y Zas! Baño, están certificados con la Etiqueta Ecológica de la Unión Europea. Con objeto de conciliar la vida laboral con la personal, la empresa abrió en 2004 dentro de sus instalaciones una guardería, proyecto que fue galardonado con el Premio a la Conciliación otorgado por el Grupo de Entidades Catalanas de la Familia (GEC). La empresa forma parte del Charter para la Sostenibilidad, iniciativa de nivel europeo, que tiene como objeto promover la sostenibilidad entre los fabricantes de detergentes y otros

⁹ J. VARGAS NIELLO. (2006). [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/28375/LC-W-109.pdf>].

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores. Chile. p. 35

¹⁰ FUNDITEC (2008). Op. Cit. p.8.

productos de limpieza.

- **NEXOS:** es la primera entidad especializada en ayudar a las organizaciones a trasladar la Responsabilidad Social Empresarial a su cadena de proveedores.
- **El Corte Inglés:** integrará en su plantilla a más de un centenar de personas con discapacidad en los próximos dos años, gracias al convenio Inserta, que ha firmado con la Fundación ONCE.
- **Triodos Bank:** ha plantado ya 5.400 árboles en la sierra de Alcaraz (Albacete) para compensar sus emisiones de CO2.

2.1.5 Contexto Mundial y Desarrollo Sostenible

2.1.5.1 Contexto Mundial¹¹

- La Responsabilidad Social Empresarial ha tomado en los últimos tiempos un gran significado en el mundo empresarial. El surgimiento de

¹¹ Cfr., H. Fernández. (2010).

[<http://www.redunirse.org/files/Cu%C3%A1ndo%20y%20porqu%C3%A9%20aparece%20la%20RSE%20-%20Por%20Horacio%20Fern%C3%A1ndez.pdf>]. *¿Cuándo y por qué aparece la Responsabilidad Social Empresarial?* Argentina. p. 1-8.

esta gestión empresarial está ligado a dos cambios profundos que comienzan desde la mitad del siglo XX hasta la actualidad. Los mencionados cambios corresponden a la representación y surgimiento de la globalización y trata del cambio en las relaciones de poder entre los Estados y otras organizaciones sociales, por ejemplo, las grandes empresas y las ONG. El mundo de las ideas contempla un cambio de paradigmas en términos de entender a la sociedad y a las organizaciones.

El surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial se da por varias causas desde sus orígenes, tal como se mencionó en el numeral 2.1.2, consolidándose en los siguientes ítems:

- En los años 70' en Estados Unidos, el tema ambiental toma fuerza y apertura al surgimiento de la RSE. Hasta esos años el tema del medio ambiente no tenía mayor relevancia no hasta la aparición de algunos casos de demandas que se realizaron a empresas estadounidenses, hecho que motivaron a empresas mineras y petroleras a concienciar lo que les podría suceder si no actuaban frente a los daños al medio ambiente. Por ello, adoptaron normas ambientales más estrictas (autorregulación), además de las existentes en la ley de cada país, por ello cabe determinar que los países no mantenían leyes de gran profundidad para regular la incidencia de las operaciones de las empresas en el medio ambiente.

- Debido a la presencia de una globalización cada vez más desarrollada y a la complejidad de las actividades humanas, las organizaciones multinacionales han tenido una gran incidencia en el desarrollo de los países en donde se ubican generando una ampliación de mercados y expansión geográfica. Además, producto de las necesidades de regulación, calidad y desarrollo, muchas de las empresas privadas han ejercido funciones que le compete al estado como son la certificación de calidad de productos y de procesos industriales, inspeccionan embarques internacionales, otorgan licencias de conducir en sus áreas de trabajo y diplomas de capacitación en cursos que ellas mismas organizan. Dan servicios de salud a sus empleados y a comunidades vecinas.

Todo lo dicho es producto de un cambio de paradigma – el de la maximización de la rentabilidad para los accionistas -, ahora las grandes organizaciones consideran que si se basan en la teoría mencionada por Friedman en 1970, no podrán crecer y expandirse en el mercado, por ello asumen actividades que reflejen responsabilidad empresarial no solo con sus accionistas sino con la sociedad, con demás grupos de interés incluyendo al cuidado ambiental.

- Un enfoque para el surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial es la planeación a largo plazo, capacidad que han ido

perdiendo los Estados y que ha tomado fuerza en las organizaciones. La complejidad de los proyectos y con largos períodos de maduración hacen que la organización planee con un horizonte de largo plazo, permitiendo asegurar la supervivencia y crecimiento de la misma. A lo mencionado se une el aumento de las incertidumbres políticas y sociales, a razón de los largos períodos de los proyectos, lo que incite a las empresas a efectuar acciones con Responsabilidad Social Empresarial.

- Existen zonas o regiones en países donde el Estado surge como una entidad legal y no se aplica acciones y políticas para el desarrollo de la zona, por lo que a las empresas les ha tocado asumir roles estatales como hacer escuelas, barrios, hospitales, mantener la seguridad, etc. Ante esto han surgido otras organizaciones sociales denominadas ONG, que mantienen un carácter global con grandes conocimientos técnicos en sus áreas específicas de acción que velan por el desarrollo de organizaciones en distintos estados con carácter de RSE.
- Otra razón para el desarrollo de la RSE es la opinión pública, es decir, los ciudadanos, quienes perciben los cambios de poder, políticas, la búsqueda de la satisfacción de necesidades y beneficios particulares de los funcionarios del estado al que pertenecen, falta de acción en pro ante la sociedad, entre otros caso; ante ello se mira el surgimiento de

empresas y ONG como organizaciones eficaces para dar respuesta a problemas y que dan ayuda al desarrollo de comunidades, por otro lado, a las empresas se les empieza a demandar servicios como educación, salud, seguridad, entre otros, netamente función del gobierno. Además de la demanda de estos servicios, los ciudadanos demandan a empresas y ONG conductas más éticas, producto de dos razones: la primera, es por cuestiones de tamaño organizacional, es decir, entre más grande sea la empresa existe mayor impacto en las decisiones sobre la comunidad por lo que mayor debe ser su responsabilidad ética ante este grupo de interés; el segundo consiste en base a los hechos y acontecimientos de grandes empresas multinacionales que hicieron perder credibilidad en las empresas.

- Otra razón del surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial fue por el cambio de paradigmas culturales producidos en Occidente durante el siglo XX. En la teoría de Friedman nos menciona un párrafo en que nos dice: “Esa responsabilidad (hablando de la de todo gerente o conductor de empresas) es conducir los negocios de acuerdo a los deseos de los accionistas o dueños, que generalmente serán ganar la mayor cantidad de dinero posible cumpliendo al mismo tiempo con las reglas básicas de la sociedad incorporadas tanto en el derecho como en la ética”.

Mencionado aporte en la teoría exalta al desarrollo de la RSE moderna, el incorporar a la ética dentro de las obligaciones de una organización, no es suficiente con el cumplimiento de la ley si no se actúa y ejecuta dichas leyes con principios éticos, en caso contrario, se pondría en peligro la sostenibilidad en el largo plazo de toda organización.

En conclusión se puede señalar que el surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial radica en el debilitamiento del poder de un Estado, frente a organizaciones que tiene implicaciones de carácter global y que asumen funciones del mismo estado para poder crecer en el mercado. Además, el cambio de paradigma de maximización de la rentabilidad para los accionistas, a una acción en la sociedad y ejecución de operaciones industriales y de leyes basados en principios éticos.

2.1.5.2 Desarrollo Sostenible

La sostenibilidad hoy en día se la debe entender como un mecanismo de acción para el mejoramiento de la calidad de vida tanto en lo económico, social y ambiental con la explotación de los recursos naturales de forma adecuada ya que son limitados. Además, del cambio del comportamiento humano frente a la concepción del manejo del ecosistema y biodiversidad. La explotación máxima de los recursos como lo plantea el

sistema económico de máxima producción en la cual considera en sí a los recursos como infinitos, esto es considerado como no sostenible. Un planeta limitado no puede suministrar indefinidamente los recursos que esta explotación exigiría. Por esto se ha impuesto la idea de que hay que ir a un desarrollo real, que permita la mejora de las condiciones de vida, pero compatible con una explotación racional del planeta que cuide el ambiente, es el llamado desarrollo sostenible.¹²

La responsabilidad de países, gobiernos, empresas y el propio consumidor entra en juego de forma dinámica para propender la sostenibilidad por medio de la educación de la implementación de nuevas formas de extracción de recursos, políticas de producción, deshecho y consumo; cambiando los antiguos preceptos económicos y actuando responsablemente sobre el consumo ya que los recursos son limitados promoviendo una sostenibilidad desarrollada.

La sostenibilidad implica la interacción de tres factores “el crecimiento económico, el progreso social y el entorno”. El aspecto socioeconómico, se sustenta en base a las necesidades humanas el desarrollo de la economía; el aspecto socioambiental se relaciona con la demografía, es decir, la población de una región cuánto de recursos naturales se

¹² Cfr, J. BARRIOS. (2010). [<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/sostenibilidad-economica-social-sustentabilidad-ambiental.htm>]. *Sostenibilidad económica y social como prioridad para la sustentabilidad ambiental*. p.2

emplearía. El tercer aspecto corresponde a la ecoeficiencia cuyo fin es el minimizar su impacto sobre el medio ambiente.

En aspectos ambientales, actualmente, tanto países, como comunidades, organizaciones, empresas, gobiernos y demás componentes poblacionales y sectoriales gestionan una actuación en conjunto para prevenir y resolver los problemas ambientales que en el ámbito global se torna en una responsabilidad social. La sostenibilidad no debe verse como una moda ambiental, por las constantes modificaciones del clima, sino más bien es un problema de las propias acciones humanas frente a la obtención y formas de empleo de los recursos naturales que atentan al bienestar de la ecología y biodiversidad.

Según la Comisión Mundial del Medio Ambiente de la ONU “El desarrollo sostenible puede ser definido como un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades.”

Según G. Tyler Myller “La sostenibilidad o sustentabilidad, se construye sobre los subtemas del capital natural, la degradación del capital natural, las soluciones, los compromisos y cómo es que los individuos actúan. Además, una sociedad sostenible o sustentable ambientalmente cubre los requerimientos básicos de su gente.”

Por otro lado, se debe satisfacer las necesidades de la sociedad como alimentación, ropa, vivienda, trabajo, entre otras, pues si la pobreza es habitual, el mundo estará encaminado a catástrofes de varios tipos, incluidas las ecológicas. Asimismo, el desarrollo y el bienestar social, están limitados por el nivel tecnológico, los recursos del medio ambiente y la capacidad de esta para absorber los efectos de la actividad humana. La tecnología y la organización social se convierten en un mecanismo para que el medio ambiente vaya al mismo ritmo que el impacto causado por la actividad humana. Conciliando las actividades necesarias con el empleo de recursos necesarios dentro de un sistema natural sin alterar los mecanismos básicos del funcionamiento de la naturaleza.¹³

Así mismo, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se fue consolidando históricamente bajo tres preceptos como la reducción del impacto medioambiental y una limitación de la demanda de recursos naturales; reconocimiento de que es necesario crear nuevos sistemas de producción, nuevas tecnologías y nuevos productos para garantizar el desarrollo sostenible además, el sector empresarial ha de ser la principal fuerza motriz de este cambio y para alcanzar el desarrollo sostenible se requiere un cambio profundo en la gobernanza de las empresas, así como en todo el proceso político de la globalización. El papel del sector público y la sociedad civil adopta una importancia creciente. Las empresas se

¹³ Cfr., Ibidem, p.2

centran en creación de nuevos mercados y en generar valor.¹⁴

Cabe connotar aspectos generales y relevantes sobre el medio ambiente y la preocupación que surge por la preservación de la misma. Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo 1972, “el medio ambiente constituye el entorno que afecta y condiciona las circunstancias de vida de las personas y sociedades, es decir, es el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos e indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas”.

El medio ambiente está estrechamente relacionado con las actividades del ser humano por cuanto las personas están destinadas al consumo de recursos naturales; el efecto del crecimiento industrial ha incidido en la generación de la polución. En la actualidad, la contaminación tanto de los recursos hídricos como de suelos, el aire y ecosistemas, demandan de mayor preocupación a razón de las diversas actividades industriales incluyendo a la actividad agrícola por el uso de productos químicos, plaguicidas y herbicidas, la disposición de desechos orgánicos e inorgánicos por el hombre, entre otros.

¹⁴ Cfr., F. CASADO CAÑEQUE. (S/AÑO).

[http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/ArticuloII_Edic_47.pdf]. *La carencias de la RSE – De la responsabilidad al compromiso-*. p. 3

Es de interés a nivel mundial la preocupación por la protección y cuidado del medio ambiente, ya que los impactos ambientales no toman en cuenta el tiempo, espacio e incluso los propios efectos en el ecosistema. A través del desarrollo sostenible es factible que la actual generación satisfaga sus necesidades sin propender a la destrucción de las posibilidades de las generaciones futuras, a través de la reducción del consumo de materias primas y de energía y la utilización de procesos de producción más limpios y de manera eficaz, reciclando los desechos en su mayor parte.

Profundizando en temas actuales del medio ambiente y de gran preocupación en estudios realizados, el Cambio Climático experimentado en el planeta por varias causas, como es el aumento del proceso de industrialización cuyos inicios se fueron dando hace siglo y medio, el aumento de la combustión de petróleo, gasolina y carbón, la tala indiscriminada de bosques y el mal uso de los suelos en la actividad agrícola, han aumentado el volumen de “gases de efecto invernadero” en la atmósfera. Datos y cifras establecidas por la ONU, la temperatura media de la superficie terrestre ha subido más de 0.6°C desde los últimos años del siglo XIX. Se prevé que aumente entre 1.4°C y 5.8°C para el año 2100.¹⁵

¹⁵ Cfr., N. MILÁN, M. ROSA, M. VILLARROEL. (2009). *Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado*. Tesis. Uruguay. p. 11

En base a la tesis de Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado a principios del año 2009, Naciones Unidas advierte que se cuenta con cien meses para tomar acciones efectivas que eviten el aumento de la temperatura en 2°C, de no tomarse esas medidas de cambio climático será tan catastrófico que comprometerá de manera irreversible la permanencia del ser humano en el planeta.

Según las previsiones, la actual tendencia hacia el calentamiento provocará algunas extinciones de seres vivo. Numerosas especies vegetales y animales, hoy debilitadas por la contaminación y la pérdida de hábitat, no sobrevivirán los próximos 100 años. El ser humano, aunque no se ve amenazado de esta manera, se encontrará probablemente con dificultades cada vez mayores. Los graves episodios recientes de tormentas, inundaciones y sequías, parecen demostrar que los modelos informáticos que predicen “episodios climáticos extremos” más frecuentes están en lo cierto.¹⁶

CUMBRE RIO+20¹⁷

La cumbre Rio+20, conmemora el vigésimo aniversario de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (Río-20). Su objetivo es contribuir a definir la agenda de desarrollo sostenible para todos los países en las próximas décadas. El desarrollo sostenible se materializa en tres pilares fundamentales; la primera, fortalecer los compromisos políticos a favor del desarrollo sostenible; en segundo lugar, analizar las posibilidades asociadas a su implementación; y en

¹⁶ N. MILÁN, M. ROSA, M. VILLARROEL. (2009). *Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado*. Tesis. Uruguay. p. 11

¹⁷ Cfr., Fundación Roger Torné (2012). [<http://www.canalsolidario.org/noticia/rio-20-el-reto-de-una-economia-sostenible-para-el-siglo-xxi/29417>]. *RIO+2: El reto de una economía sostenible para el siglo XXI*

tercer lugar, dar respuestas a los nuevos desafíos emergentes de la sociedad.

El reto del desarrollo sostenible para el siglo XXI adopta una perspectiva amplia. Se trata de un concepto que no alude únicamente a la necesidad de fortalecer el comportamiento económico de las sociedades sino que trata de buscar las vías de acceso hacia una mejora de la igualdad intergeneracional e intrageneracional. Por tanto, el logro de una economía sostenible implica el logro de acuerdos sociales, económicos y ambientales, tanto desde las instituciones públicas como privadas.

En resumen, los dos objetivos de la Cumbre Río+20, el establecimiento de una economía verde y de un marco institucional adecuado para la consecución de la sostenibilidad y la erradicación de la pobreza, se ven plasmados en la monografía: ‘Retos para la Sostenibilidad: Camino a Río+20’, publicación del Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE). El objetivo de este estudio es contribuir y apoyar la participación española en esta Conferencia ofreciendo una base para el análisis, el debate y el fomento de una amplia participación social, tal y como la Conferencia Río +20 pretende.

El reto a Rio+20 configuran a la necesidad de hacer partícipes a todos de sus objetivos, dando cobertura y abriendo el debate de una economía verde en siete grandes problemas: empleo, energía, ciudades sostenibles, seguridad alimentaria, agricultura sostenible, agua, océanos y los desastres naturales.

2.1.6 Responsabilidad de la Empresa ante la Sociedad

La Responsabilidad Social Empresarial comprende el cumplimiento con las dimensiones económica, social y ambiental bajo cuatro líneas estratégicas de competencia: ética empresarial, calidad de vida, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, y cuidado y preservación del medio ambiente, es decir, una relación ética de la empresa con los stakeholders (ética con los trabajadores, ética con la comunidad, ética con el Estado y ética con el medio ambiente), y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

La reputación empresarial se la entiende como la imagen que ha desarrollado la empresa ante la sociedad, en general por medio de sus acciones concretas y

cualidades que la destacan. La reputación es otorgada y denominada por el medio social sin necesidad de que transcurra un tiempo determinado, de difícil alcance y de fácil pérdida.

Constituye el resultado de seguir: políticas de producción, calidad, servicio al cliente, planes para la obtención de objetivos medidos a la obtención de fidelidad del cliente tanto externo como interno, un proceso competitivo construido por la empresa para proporcionar y transferir características dispensables a los stakeholders poniéndose de relieve en la situación socioeconómico y moral dando posicionamiento en el mercado.

La Responsabilidad Social (RS), debe nacer de la misión, visión y valores de una organización y verse traducida en primera instancia en su identidad y cultura corporativa, para luego ser trasladada en la cadena de valor (proveedores, contratistas, socios comerciales) y, por supuesto, en el entorno.

Las organizaciones deben reconocerse como entornos en donde se privilegia las decisiones éticas y la comunicación y en donde el capital humano, intelectual y moral es su principal soporte. Paralelamente la retroalimentación de la comunidad en función de conocer sus intereses y necesidades, completa el

círculo de desarrollo.¹⁸

2.2 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS

2.2.1 Grupos de interés

Es de importancia relevante determinar cuál fue el origen de los grupos de interés y como han influenciado las distintas definiciones en la gestión empresarial. En un comienzo la generación de la riqueza se enfocaba a los propietarios y se descuidaba las responsabilidades con los demás grupos de interés. A partir de este hecho se generaron movimientos sociales, cuestiones de mercado y ambientales.

En los acontecimientos de movimientos sociales que surgió en Inglaterra, en la época de la Revolución Industrial, el Movimiento Obrero cuyo fin era el promover los derechos sociales de los trabajadores y garantizar el bienestar. Era una época con carencia de condiciones óptimas de higiene, vivienda y trabajo por lo que surgían desplazamientos de campesinos desde zonas agrícolas a

¹⁸ Cfr., L. MUÑOZ. (2007). [http://www.arearh.com/rhh/gestion_responsabilidad.htm]. *Gestión de la responsabilidad social corporativa en la PYME como ventaja competitiva y factor diferenciador*. p. 35

zonas industriales cuyos efectos en las empresas; consolidaba el aumento de la demanda laboral y de las horas de jornada, contratación de niños, reducción de costos de producción, preocupación por la búsqueda de la satisfacción de los empleos y de los accionistas.

En cuestiones de mercado, comprendido entre el período de 1800 y 1930, el cliente debía conformarse con lo ofrecido en el mercado, es decir, la oferta era inferior a la demanda. Hecho relevante que conllevó a realizar estudios del comportamiento de los consumidores –las personas buscan productos de acuerdo a sus necesidades-. A mediados del siglo XX surge la importancia de las empresas de no solo satisfacer las necesidades de los trabajadores y accionistas sino incluyen en su preocupación a los clientes, que para posteriores se incorpora la importancia del medio ambiente creándose conceptos de sostenibilidad.

A partir de estos hechos surgen las teorías de stakeholders. Se inició con el concepto básico de que un stakeholder era una persona que de manera temporal tenía el control de dinero y bienes, mientras se determinaba quién era de su propiedad legal.

El autor Andriof, Husted, Waaddock y Sutherland (2002), considera que el pensamiento sobre stakeholders radica en la economía basado en la teoría de Adam Smith – La teoría de los sentimientos morales (1759) y en La riqueza de las naciones en (1776)- que se considera a que las sociedades funcionan mejor cuando los intereses económicos y éticos se unen, es decir, una relación simbiótica.

El concepto de stakeholders se ha desenvuelto por diversas etapas. El primer concepto evidencia la necesidad de relacionar negocios y sociedad, desarrollada por Berle y Means (1932), Barnard (1938), Tawney (1948), Kapp (1950), Boulding (1953), Selekman (1956), Galbraith (1958), Gordon y Howell (1959) y Pierson (1959). Posteriormente, otros investigadores se enfocaron en la relación negocios-sociedad y responsabilidad social, por Hugo Alberto Rivera Rodríguez, Marleny Natalia Malaver Rojas.

Para finales de los años setenta y comienzos de los ochenta, un nuevo paradigma de negocios y sociedad surgió, con especial atención en Estados Unidos. Frederick argumentó (1987, 1994) que la atención se movilizó desde la responsabilidad social corporativa, concepto que se derivó del activismo social de los años sesenta y setenta hacia la sensibilidad social corporativa. Este paradigma, que relacionaba negocios y sociedad, fue desarrollado, entre otros, por Preston y Post (1975), Carroll (1979), Jones (1980), Wartick y Cochran (1985), Word (1991a, 1991b) y Jones (1995). Para Selznick (1996, p. 272). El

tener en cuenta a la empresa como una institución es verla continuamente preocupada por tomar en consideración a los stakeholders relevantes, cumpliendo compromisos de largo plazo, siendo sensible a la estructura de la autoridad que la opera. Todo esto entra en conflicto con la visión todavía dominante de que la empresa es una asociación voluntaria de accionistas que detentan la propiedad de la empresa y que son los únicos miembros que deben realmente ser tomados en cuenta. Esta doctrina oscurece las realidades del poder, la subordinación y la responsabilidad.

Teorías de gran incidencia hasta la actualidad son las destacadas por Friedman y de Freeman. Dos siglos después de Adam Smith aparece Friedman (1962) con la teoría de la maximización de riqueza de los accionistas quienes constituyen la razón de ser de las actividades empresariales.

No obstante la teoría de Stakeholders de Freeman (1984), nace como una alternativa a la teoría tradicional, la mencionada de Friedman. Dio de gran importancia al apuntar una relación entre stakeholders y planeación estratégica, señalando que la misión de la empresa debe considerar a los stakeholders como individuos y/o grupos que afectan y pueden ser afectados directa e indirectamente en la consecución de sus objetivos de la empresa. A partir de

este pensamiento, los stakeholders comenzaron a tener una dimensión en la vida organizacional.¹⁹

Las definiciones establecidas pre y post Freeman varían y parten en dos extremos.

La primera menciona a que “Un stakeholder es cualquier actor (persona, grupo o entidad que tenga una relación o intereses directo o indirectos con o sobre la organización.” (Thompson et al., 1991; Donaldson & Preston, 1995). “El segundo extremo se expone definiciones restringidas; así, los *stakeholders* (primarios) serían actores (o categorías de actores tales como empleados, gerentes, proveedores, propietarios/accionistas y clientes) poseedores de intereses y expectativas sobre la organización, sin los cuales ésta no sería posible.” (Bowie, 1998; Savage, 1991; Hill & Jones, 1992; y Näsi, 1995).

TIPOS DE STAKEHOLDERS

Stakeholders Primarios:

Son aquellos grupos de interés con derechos directos y legalmente establecidos en la empresa. Se pueden mencionar a los siguientes:

- Empleados: Son aquellas personas que bajo contrato laboral forman parte legalmente de la organización con retribución salarial y demás beneficios

¹⁹ Cfr., H. Rivera Rodríguez y M. Malaver Rojas. (2011). Documento de Investigación. *La Organización: los stakeholders y la responsabilidad social*. Bogotá. p.19-24

sociales acreditados de acuerdo al tipo de trabajo, actividades y servicios desempeñados en la empresa. Los empleados se pueden clasificar en dos grupos: los directivos y no directivos.

- **Accionistas o propietarios:** Constituyen personas y entidades que mantienen participaciones en la propiedad de una empresa. Para las sociedades de capital, en función de la cuantía de la aportación se puede distinguir entre accionistas dominantes y accionistas minoritarios. Según la personalidad jurídica de éstos se puede diferenciar entre accionistas individuales y accionistas institucionales (fondos de inversión y de pensiones). Los empleados, por su parte, pueden ser también accionistas.
- **Clientes:** Son aquellas personas y entidades denominas consumidores o usuarios de los productos y servicios que la organización oferta en el mercado a un precio establecido. Los valores provenientes de las ventas efectuadas deben cubrir los costos de producción de los bienes y servicios obteniendo un margen de rentabilidad para la compañía. En esencia, los clientes constituyen la razón de ser de la empresa por lo que es dispensable tener el conocimiento claro de las necesidades y perspectivas de satisfacción de los consumidores. Los aspectos fundamentales de la gestión empresarial para este grupo de interés es la captación, conocimiento, satisfacción y fidelización de los mismos.

- Proveedores: Componen personas y entidades que no forman parte de la compañía pero se relaciona de forma directa con las actividades de la misma al aportar trabajos, productos y servicios. Su relación puede estar formalmente especificada bajo un contrato que estipule los compromisos contraídos tanto por la empresa contratante como por el proveedor externo. Las cláusulas que se toma en cuenta en dicho contrato constituyen precio, plazo de entrega, especificaciones del bien o servicio, garantías de los productos y forma de pago. En muchos de los casos los proveedores forman parte de la cadena de valor de la organización.

Stakeholders Secundarios

Son aquellos grupos de interés cuya relación con la empresa constituye obligaciones éticas y no legales.

- Competidores: Empresas del mismo sector industrial que ofrecen productos y servicios similares a los de otra empresas. En ocasiones surgen convenios o alianzas entre competidores con el fin de captar nuevos clientes y satisfacer nuevas necesidades de los consumidores ya establecidos.
- Agentes sociales: Grupos de interés públicos que con su acción puede influir

en las actividades de las empresas de manera determinante. Se puede exponer a sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores, cámaras de comercio con la presencia de competidores, agrupaciones de proveedores, organismos normalizadores, entre otros.

- Administraciones públicas: Constituyen poderes públicos del Estado, Comunidades Autónomas y las Administraciones locales con el derecho de configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades. Este marco reconoce derechos e impone deberes a las organizaciones. Las leyes y otras disposiciones oficiales establecen las obligaciones tributarias, los regímenes generales de ordenación y regulación societaria y negocio, la otorgación de licencias y el escenario sancionador para los casos de incumplimiento de la normativa vigente.
- Comunidad local: Conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local circundante a la actividad desarrollada por la empresa, con el que se interactúa estrechamente. Destacamos entre ellas: iglesia, asociaciones vecinales y de otros tipos, fundaciones, partidos políticos, ONGs, entre otros.
- Sociedad y público en general: Son aquellas personas, organizaciones y consumidores en general que pueden influir en la compañía a través de la

expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para el conjunto de la sociedad sin necesidad de formar parte de la organización.

- Medioambiente y generaciones futuras: El medio ambiente constituye el entorno físico natural incluyendo al aire, agua, tierra, flora, fauna y los recursos no renovables, así como el patrimonio natural, cultural y artístico. El medio ambiente se encuentra representado también como un grupo de interés en los agentes sociales como las asociaciones de protección de la naturaleza, o las entidades de preservación del patrimonio histórico artístico. Es tomado como grupo de interés por cuanto los stakeholders mencionados anteriormente pueden afectar drásticamente su relación con la empresa en función del trato otorgado por ésta a la naturaleza y el respeto y conservación que se demuestra por ella.

2.2.2 La creación de valor en la empresa y los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

Según Porter & Kramer definen la creación de valor en la empresa como “las políticas y prácticas operacionales que aumentan la competitividad de una empresa, mientras simultáneamente mejoran las condiciones sociales y económicas de las comunidades en las cuales opera.”

Para lograr la creación de valor se necesita:²⁰

- Líderes que desarrollen competencias y nuevos conocimientos.
 - Mayor comprensión de las necesidades y desafíos que se presentan en la sociedad.
 - Demostrar un comportamiento responsable, garantizando el cumplimiento y la sustentabilidad del proceso productivo.
 - Entregar valor a los proveedores y trabajadores que componen el negocio, además de fortalecer las relaciones con la sociedad civil.
 - Examinar los canales de participación junto a la sociedad y realizar inversiones a largo plazo que beneficien tanto a las comunidades como a los accionistas de la compañía.
 - Preservar el medio ambiente como base del negocio en décadas venideras.
- Es necesario entender que el futuro de cada empresa está estrechamente unido al futuro del planeta.

En resumen, la creación de valor, en la actualidad, se basa en una creación de valor compartido centrado en el vínculo entre progreso económico y social,

²⁰ M. E. Wagner. *Creación de valor compartido*. ACCION RSE. p.4

potencializando la comprensión del crecimiento global. Existen tres claves para la creación de valor compartido como son: 1) la reinversión de productos y mercado, es decir, que la organización identifique la necesidad de la sociedad, los beneficios y efecto negativos que pueden generar los productos y servicios que ofrecen al mercado; 2) Redefinición de la productividad en la cadena de valor; las empresas incrementan la sinergia a partir de la integración de variables sociales en la cadena de valor e innovan en cada etapa del proceso; 3) Desarrollo de un grupo de empresas interrelacionadas que poseen ventajas comparativas debido a la ubicación geográfica, desarrollan actividades industriales y se benefician a partir de las características comunes y complementarias.

Compete a cada organización partir desde la creación del valor en la evaluación de las decisiones y oportunidades generando círculos de innovación, crecimiento empresarial y beneficios para la sociedad.

La relación entre creación de valor y la Responsabilidad Social Empresarial se basa en que, la creación de valor está orientada tanto al beneficio de la organización, medio ambiente y progreso social, integrando a la empresa factores (las tres claves para la creación de valor compartido señaladas anteriormente), que determinen el éxito de la misma a largo plazo. Para

alcanzar lo mencionado se requiere de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial el cual, busca dentro de su estrategia de negocio de la organización el equilibrio de las variables económicas, sociales y medioambientales para poder alcanzar un desarrollo sustentable preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respeto a la diversidad y reducción de la desigualdad social.

Ángel J.A. Jaramillo C, plantea que las implicaciones de la Responsabilidad Social Empresarial se deberán evaluar por los resultados benéficos que generan para la empresa, es decir, como generadora de beneficios, como compromiso que tiene la empresa con el desarrollo, bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de todos sus stakeholders. Por la misma línea, Toro menciona que los beneficios que trae la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa, son de doble carácter, internos y externos. En relación a los beneficios internos alude a la reducción de costos y tensiones entre los empleados de la empresa, provocando esto último beneficios externos, reflejados en la imagen de la firma.

Beneficios de la Responsabilidad Social: ²¹

- Incremento de la productividad del personal y la empresa.
- Mejoramiento del ambiente laboral.
- Capacidad de atraer y retener a personal de calidad.
- Personal más capacitado y motivado.
- Disminución de tiempos muertos.
- Disminuye la rotación de personal.
- Incentiva los aportes y la innovación de parte de los trabajadores.
- Reduce el ausentismo.
- Elimina la posibilidad de conflictos.
- Mejora la seguridad y salud de los trabajadores.
- Elimina focos de resistencia al cambio.
- Elimina factores de presión, estrés y de malestar.
- No discriminación.
- Evaluación de desempeño.
- Reglamento interno.
- Mejoramiento de la imagen corporativa ante los empleados de la misma, clientes, proveedores y accionistas.
- Fortalecimiento y reconocimiento de la marca.
- Diferenciación de productos y de empresa en el mercado.

²¹ Cfr., S/N. [<http://www.rppnet.com.ar/responsabilidadsocial2.htm>]. **Responsabilidad Social**. p.1

- Atracción de clientes fieles al consumo de los productos, servicios y marca.
- Mejoramiento de la calidad de los productos y del proceso de fabricación, con nuevas ideas de productos y servicios a ofrecer.
- Reducción de costos de producción en base a procesos que controlen los desechos e implementación de estándares de eficiencia en el uso de tecnología y energía.
- Incremento del rendimiento económico financiero.
- Mayor credibilidad para solicitar un crédito bancario.

2.3 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.3.1 Normas Internacionales

Las iniciativas que han servido como un marco de referencia para el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial son:

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS:²²

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas surge en 1999 bajo la iniciativa del auspicio del Foro Económico Mundial de Davos en Suiza. El Pacto Mundial sostiene a que las empresas los hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica a un conjunto de valores fundamentales, los mismos que se puede enunciar a los derechos humanos, laborales, medioambientales y de la lucha contra la corrupción, plasmando de esta manera un compromiso con los 10 principios basados en dichos ámbitos mencionados.

El objetivo del Pacto es que todos los pueblos del mundo compartan los beneficios de la mundialización e inyectar en el mercado mundial los valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socioeconómicas, solicitando a que las empresas del sector privado hagan suyos los diez principios del Pacto y los apliquen en su actividad. Mencionados principios se basan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, Organización Internacional del Trabajo, Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

²² Cfr., Naciones Unidas. [<http://www.un.org/es/globalcompact/>]. *Pacto mundial*. p.1

- **Derechos Humanos**

Constituye el ideal común por el que todos los pueblos y naciones deben esforzarse, a fin de que tanto los individuos como las instituciones promuevan, a través de la enseñanza y la educación, el respeto a estos derechos y libertades, y aseguren, por medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universales y efectivos, tanto entre los pueblos de los Estados Miembros como entre los de los territorios colocados bajo su jurisdicción. Además, las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

- **Normas Laborales**

Bajo la declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo en 1998 menciona que, constituye el compromiso de los gobiernos, organizaciones de empleadores y trabajadores de respetar y defender los valores humanos fundamentales - valores de vital importancia para nuestras vidas en el plano económico y

social, es decir, lograr que el progreso social vaya a la par con el progreso económico y el desarrollo.

- Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
- Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;
- Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil y
- Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

- **Medio Ambiente**

- Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales;
- Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental y
- Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

- **Lucha contra la corrupción**

- Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

OCHO OBJETIVOS DEL MILENIO

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas son ocho objetivos que los 191 Estados Miembros de las Naciones Unidas convinieron en tratar de alcanzar para 2015.

La Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, firmada en septiembre de 2000, compromete a los dirigentes mundiales a luchar contra la pobreza, el hambre, la enfermedad, el analfabetismo, la degradación del medio ambiente y la discriminación contra la mujer. Los ODM, dimanantes de esa Declaración, tienen metas e indicadores específicos

Tres de los ocho objetivos y ocho de las 18 metas guardan relación directa con la salud. Algunos países en desarrollo han realizado progresos

extraordinarios hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio relacionados con la salud, sus metas e indicadores.

Los objetivos de desarrollo del milenio son:²³

Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre

Meta 1: Reducir, entre 1990 y 2015, a la mitad la proporción de personas con ingresos inferiores a un dólar por día.

- Proporción de la población con ingresos inferiores a 1 dólar por día según la paridad del poder adquisitivo (PPA).
- Coeficiente de la brecha de pobreza.
- Proporción del consumo nacional que corresponde a la quinta parte más pobre de la población.

Meta 2: Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, incluidos las mujeres y los jóvenes.

- Tasa de crecimiento del producto interno bruto por persona empleada.

²³ S/N. [http://www.cinu.mx/minisito/ODM8/los_8_objetivos_del_milenio/]. *Los 8 objetivos del milenio*. p.1

- Tasa de población ocupada.
- Proporción de la población ocupada con ingresos inferiores a 1 dólar por día según la paridad del poder adquisitivo.

Meta 3: Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padecen hambre.

- Niños menores de 5 años con peso inferior al normal.
- Proporción de la población que no alcanza el nivel mínimo de consumo de energía alimentaria.

Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal,

Meta 4: Para el año 2015, asegurar que tanto niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.

- Tasa neta de matriculación en la enseñanza primaria.
- Proporción de alumnos que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la enseñanza primaria.
- Tasa de alfabetización de las personas de entre 15 y 24 años, mujeres y hombres.

Objetivo 3: Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer.

Meta 5: Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza antes de finales de 2015.

- Proporción de niñas y niños en la enseñanza primaria, secundaria y superior.
- Proporción de mujeres con empleos remunerados en el sector no agrícola.
- Proporción de escaños ocupados por mujeres en los parlamentos nacionales.

Objetivo 4: Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años.

Meta 6: Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de niños menores de cinco años.

- Tasa de mortalidad de niños menores de 5 años.
- Tasa de mortalidad infantil.
- Proporción de niños de 1 año inmunizados contra el sarampión.

Objetivo 5: Mejorar la salud materna.

Meta 7: Reducir en tres cuartas partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna.

- Tasa de mortalidad materna.
- Proporción de partos con asistencia de personal sanitario especializado.
- Tasa de uso de anticonceptivos.

Meta 8: Lograr, para 2015, el acceso universal a la salud reproductiva.

- Tasa de natalidad entre las adolescentes.
- Cobertura de atención prenatal (al menos una consulta y al menos cuatro consultas).
- Necesidades insatisfechas en materia de planificación familiar.

Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades.

Meta 9: Haber detenido y comenzado a reducir la propagación del VIH/SIDA en 2015.

- Prevalencia del VIH en las personas de entre 15 y 24 años.
- Uso de preservativos en la última relación sexual de alto riesgo.

- Proporción de la población de entre 15 y 24 años que tiene conocimientos amplios y correctos sobre el VIH/SIDA.
- Relación entre la asistencia escolar de niños huérfanos y la de niños no huérfanos de entre 10 y 14 años.

Meta 10: Lograr, para 2010, el acceso universal al tratamiento del VIH/SIDA de todas las personas que lo necesiten.

- Proporción de la población portadora del VIH con infección avanzada que tiene acceso a medicamentos antirretrovirales.

Meta 11: Haber detenido y comenzado a reducir, en 2015, la incidencia de la malaria y otras enfermedades graves.

- Incidencia y tasa de mortalidad asociadas a la malaria.
- Proporción de niños menores de 5 años que duermen protegidos por mosquiteros impregnados de insecticida y proporción de niños menores de 5 años con fiebre que reciben tratamiento con los medicamentos contra la malaria adecuados.
- Incidencia y tasa de mortalidad asociadas a la tuberculosis.
- Proporción de casos de tuberculosis detectados y curados con el tratamiento breve bajo observación directa.

Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

Meta 12: Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y reducir la pérdida de recursos del medio ambiente.

- Proporción de la superficie de tierras cubierta por bosques.
- Emisiones de dióxido de carbono (totales, per cápita y por cada dólar del producto interno bruto (PPA)) y consumo de sustancias que agotan la capa de ozono.
- Proporción de poblaciones de peces que están dentro de unos límites biológicos seguros.
- Proporción del total de recursos hídricos utilizada.

Meta 13: Haber reducido y haber ralentizado considerablemente la pérdida de diversidad biológica en 2010.

- Proporción de zonas terrestres y marinas protegidas.
- Proporción de especies en peligro de extinción.

Meta 14: Reducir a la mitad, para 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento.

- Proporción de la población con acceso a mejores fuentes de agua potable.
- Proporción de la población con acceso a mejores servicios de saneamiento.

Meta 15: Haber mejorado considerablemente, en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.

- Proporción de la población urbana que vive en barrios marginales.

Objetivo 8: Fomentar una alianza mundial para el desarrollo

Meta 16: Desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio.

- AOD neta, en total y para los países menos adelantados, como porcentaje del ingreso nacional bruto de los países donantes del Comité de Asistencia para el Desarrollo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (CAD/OCDE) 1.

Meta 17: Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados.

- Proporción del total de AOD bilateral y por sectores que los donantes del CAD/OCDE destinan a servicios sociales básicos (enseñanza básica, atención primaria de la salud, nutrición, agua potable y saneamiento).

- Proporción de la AOD bilateral de los donantes del CAD/OCDE que no está condicionada.
- AOD recibida por los países en desarrollo sin litoral en proporción a su ingreso nacional bruto.
- AOD recibida por los pequeños Estados insulares en desarrollo en proporción a su ingreso nacional bruto

Meta 18: Atender las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo (mediante el Programa de Acción para el desarrollo sostenible de los pequeños Estados insulares en desarrollo y los resultados del vigésimo segundo período extraordinario de sesiones de la Asamblea General).

- Proporción del total de importaciones de los países desarrollados (por su valor y excepto armamentos) procedentes de países en desarrollo y países menos adelantados, admitidas sin pagar derechos.
- Aranceles medios aplicados por los países desarrollados a los productos agrícolas y textiles y las prendas de vestir procedentes de países en desarrollo.

Meta 19: Encarar de manera integral los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales para que la deuda sea sostenible a largo plazo.

- Estimación de la ayuda agrícola de los países de la OCDE en porcentaje de su producto interno bruto.
- Proporción de AOD destinada a fomentar la capacidad comercial.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE):²⁴

La OCDE es una organización de cooperación internacional compuesta por 33 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales. Persigue directrices elaboradas en el año 1976 y revisadas en el 2000, las mismas que son dirigidas especialmente para empresas multinacionales. Mencionadas directrices comprenden recomendaciones sobre aspectos sociales y ambientales, aceptadas por 30 gobiernos en los que podemos enunciar a Argentina, Chile y Brasil. Su objeto es promover y definir la responsabilidad

²⁴Cfr.,(2012).[http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_para_la_Cooperaci%C3%B3n_y_el_Desarrollo_Econ%C3%B3mico]. *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico*. p.1

corporativa, a través de una serie de principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable, compatible con las legislaciones aplicables, potenciando la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible que garantice una coherencia entre objetivos económicos, sociales y ambientales, con el fin de restablecer y mantener la confianza del público en las sociedades y los mercados

Los objetivos que persigue son:

- Promover el empleo, el crecimiento económico y la mejora de los niveles de vida en los países miembros, y asimismo mantener su estabilidad.
- Ayudar a la expansión económica en el proceso de desarrollo tanto de los países miembros como en los ajenos a la Organización.
- Ampliar el comercio mundial multilateral, sin criterios discriminatorios, de acuerdo con los compromisos internacionales.

LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA:

El Libro Verde –Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en las empresas-, constituye un escrito sobre Responsabilidad Social de las Empresas, celebrado en marzo 2001 y publicado en julio 2001. Es el marco

conceptual europeo para promover la coherencia y calidad de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y tiene por objeto iniciar una amplia discusión acerca del cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo, promover instrumentos de evaluación; animar a las empresas a adoptar un enfoque proactivo en relación al desarrollo sostenible; velar por la coherencia entre las políticas nacionales y los estándares internacionales; crear foros multistakeholders e incorporar prácticas de RS en la gestión de gobierno.

DECLARACIÓN TRIPARTITA DE LA OIT:

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) orienta la manera en que las empresas deben considerar las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero

cumplimiento de la ley.

Existen normas y estándares internacionales que normalizan a la RSE:

NORMATIVAS Y ESTÁNDARES INTERNACIONALES

AA 1000²⁵: Account Ability 1000, norma de aseguramiento de sostenibilidad, es una norma de procedimiento que evalúa, atestigua, y fortalece la credibilidad y la calidad del informe de sostenibilidad de la empresa, de sus procesos, sistemas y competencias.

El aseguramiento constituye un método de evaluación que emplea principios y estándares específicos para evaluar la calidad del informe de la organización, los procesos, competencias y sistemas principales de la misma que respaldan los resultados cuyo fin es generar credibilidad en los usuarios.

Las características de la norma son:

²⁵ Cfr., AccountAbility Institute of social and ethical accountability. *Norma sobre aseguramiento AA1000*. Londres. p.7-9

- Toma en cuenta todos los aspectos del resultado de la empresa como resultados disponibles.
- Se centra en la relevancia del tema en relación con las partes interesadas en cuestión.
- Examina de manera minuciosa cómo la organización acepta sus propios resultados y el impacto que generan los mismos.
- Analiza la organización hace frente a las demandas de las partes interesadas y, al hacerlo, interpreta la preparación del informe como parte de un continuo compromiso con ellas.
- Establece el sustento que sirve para asegurar al público acerca de la credibilidad de los informes de sostenibilidad.
- Apoya e integra enfoques de aseguramiento mediante múltiples proveedores, perspectivas y estándares, incluida la compatibilidad específica que mantiene con los Sustainability Reporting Guidelines de la Global Reporting Initiative (GRI).

El uso de la norma de aseguramiento AA1000 ha sido diseñado para el uso de los expertos en aseguramiento cuyo propósito es poder orientarlos en el diseño e implementación de sus funciones. La norma conlleva a que los expertos tengan la capacidad de informar de manera en que las organizaciones informantes evalúen, planifiquen, describan y supervisen la implementación de su aseguramiento, orientando a los directivos y juntas

de autoridades en el control de temas no financieros, por otro lado, las partes interesadas de la compañía informante determinan la calidad del aseguramiento y el informe en si por medio de la evaluación; los organismos que elaboran estándares y los responsables de formular políticas desarrollan estándares privados y voluntarios, así como cumplen con aspectos voluntarios y obligatorios de la Responsabilidad corporativa, específicamente el informe y el aseguramiento; y los responsables del desarrollo profesional y de la capacitación fomentan las competencias profesionales en aseguramiento y en Responsabilidad corporativa en general.

SA 8000: Social Accountability International (SAI), es un estándar que certifica el cumplimiento de seguridad industrial de los empleados, evitando riesgos de trabajo.

La norma permite a la compañía desarrollar, mantener y aplicar sus principios y procedimientos con el objeto de poder manejar aquellos asuntos que están bajo su control, además, demostrar a las partes interesadas que sus principios, procedimientos y prácticas están en conformidad con los requerimientos impuestos por esta norma. La norma será aplicable para cualquier localización geográfica que se encuentre la

empresa, sector industrial y tamaño de la organización.

OHSAS²⁶: Constituye un conjunto de criterios y especificaciones que permite a la organización ser evaluada y certificada en tópicos de seguridad y salud laboral. Establece un sistema de prevención de riesgos laborales; eliminar o reducir al máximo los peligros del personal y de otras partes interesadas que puedan estar expuestas su salud y seguridad en el trabajo relacionado con las actividades llevadas a cabo por la organización.

Un sistema para la gestión en prevención es una herramienta para organizar y diseñar mecanismos y procedimientos destinados al cumplimiento estructurado y sistemático de la legislación en todos los requisitos establecidos en la legislación de prevención de riesgos laborales. Su importancia radica en mejorar la gestión de todos los niveles jerárquicos de la organización disminuyendo los accidentes laborales y ahorro de sus costos, tomando como una mejora continua.

La norma se basa en el ciclo de planificar, hacer, verificar y actuar, como

²⁶ Cfr., S/N. *Manual para la implementación de un sistema de gestión según OHSAS 18001:2007*. p.4-32

herramienta para optimizar el comportamiento de la organización en tema de seguridad y salud. OHSAS mantiene una compatibilidad con ISO 9001 ya que esta norma persigue la certificación a organizaciones que deseen demostrar la capacidad que mantienen en el cumplimiento de requisitos dentro de una gestión de calidad, además, si la organización busca desea demostrar la gestión medioambiental con el cumplimiento de parámetros establecidos buscará la obtención del certificado de la ISO 14001.

Las áreas que toma en cuenta esta normativa son las siguientes:

- Planificación para identificar, evaluar y controlar los riesgos.
- Programa de gestión de OHSAS.
- Estructura y responsabilidad.
- Formación, concienciación y competencia.
- Consultoría y comunicación.
- Control de funcionamiento.
- Preparación y respuesta ante emergencias.
- Medición, supervisión y mejora del rendimiento.

Existen fases para la implementación de la norma OHSAS como son:

FASE 0:

- Formar un equipo de trabajo.

- Delinear el alcance del sistema.
- Hacer un diagnóstico a la organización que busca la certificación.

FASE 1:

- Definir y establecer una política preventiva de seguridad y salud en el trabajo.

FASE 2:

- Evaluar e identificar los riesgos a los que están expuestos los trabajadores.
- Identificar los requisitos legales para cumplir con la legislación en materia preventiva.
- Fijar objetivos y elaborar un plan de acción para el cumplimiento de los mismos.

FASE 3:

- Definir y concretar funciones y responsabilidades de directivos.
- Dar formación a los trabajadores para darle competencia necesaria frente a los riesgos que están expuestos en el trabajo.
- Informar a los trabajadores sobre los peligros y riesgos de su entorno laboral.
- Preparar la documentación necesaria para llevar un control y orden necesario para llegar a un buen fin.

- Estar preparado para cualquier situación de emergencia.

FASE 4:

- Marcar un proceso de seguimiento para medir si están cumpliendo los objetivos planteados.
- Identificar, detectar y estudiar accidentes e incidentes producidos.
- Tomar acciones preventivas y correctivas de los incumplimientos detectados.
- Efectuar una auditoría interna con el objeto de evaluar el desempeño (preparar la empresa para una posible auditoría externa).

FASE 5:

Constituye la última fase del proceso en la que la dirección debe revisar toda la documentación y objetar la efectividad del sistema, procediendo a continuación a la Certificación por una entidad autorizada conforme a la OHSAS 18001.

GRI 3²⁷: Iniciativa fundada por el programa para el medio ambiente UNEP

²⁷ Cfr., T. Hollenhorst. C. Johnson. 1997. *Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial*. Estados Unidos. p.2

por las Naciones Unidas y de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente CEDES, en 1999. GRI es establecida para desarrollar y difundir directivas aplicables a nivel mundial para efectuar Memorias de Sostenibilidad. Estas normas son usadas por las organizaciones con el fin de difundir el impacto de sus operaciones, actividades, productos y servicios. Pretende elevar la calidad del informe sobre sustentabilidad y lograr mayor cotejo, consistencia y eficiencia en la difusión. Para poder realizar un informe GRI, la organización debe informar sobre todos los indicadores tales como económicos, el consumo de recursos naturales, impacto sobre la biodiversidad y la tierra fértil, educación y el trabajo infantil.

Las organizaciones usan GRI para normalizar y simplificar sus informes financieros, ambientales y sociales cuyo objeto primordial es la comunicación con sus stakeholders. GRI brinda una estructura externa para comunicar acciones llevadas a cabo para mejorar el desempeño económico, ambiental y social, los resultados de esas acciones y estrategias futuras para el progreso. La memoria GRI fomenta el compromiso entre las organizaciones y sus stakeholders y seleccionar los indicadores de rendimiento específicos más relevantes para ambos.

Sistema de Gestión Ética 21 (SGE 21)²⁸: Constituye el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social. Certifica a empresas de distintos tamaños y sectores industriales.

SGE21 actúa sobre nueve áreas de gestión que son: la alta dirección, clientes, proveedores, recursos humanos, entorno social, entorno ambiental, inversores competencias y administraciones públicas; sobre cada una de ellas se establecen una serie de requisitos de carácter sistemático. Las organizaciones adaptan la norma de acuerdo a las circunstancias en las que se encuentren, a través de diferentes figuras como el código de conducta, comité de ética. Un conjunto de documentos formales y otras evidencias permiten a la compañía demostrar el cumplimiento del estándar, quedando todo recogido en el manual de gestión ética.

Más de 26 organizaciones se encuentran certificadas empezando con

²⁸ Cfr., S/N. 2005. *La norma SGE21: Certificación en Gestión Ética y Socialmente Responsable*, p.5-12.

compañías multinacionales hasta PYMEs.

Las ventajas que se alcanzan en temas de Responsabilidad Social Empresarial, bajo la certificación de esta norma se puede hacer mención a una integración organizativa a través de procesos horizontales en la que se integra e interactúan las nueve áreas establecidas anteriormente permitiendo una mayor eficiencia en el desarrollo de políticas de Responsabilidad Social Empresarial; concienciación y cambio mediante la formación y participación de los empleados de la organización; compatibilidad con otros sistemas de gestión. Además, potencializa las áreas de comunicación y acción social solidificando en el posicionamiento empresarial

ISO 26000²⁹: es una Guía que proporciona recomendaciones en materia de Responsabilidad Social. La ISO 26000 aborda 7 cuestiones clave de Responsabilidad Social: Gobierno de la organización, derechos humanos, relaciones y condiciones de trabajo, medio Ambiente, prácticas conforme a la legislación, consumidores y comunidades y desarrollo local.

²⁹ Cfr., Fuentes de documentos de ISO. 2009. *ISO 26000 Norma sobre Responsabilidad Social*. p.2-4.

La norma proporciona directrices y elementos que puedan ser incorporados a sistemas de gestión ya existentes en la organización, sugiriendo distintas formas de integrar la Responsabilidad Social con las actividades cotidianas de la organización.

El objetivo de la norma es lograr a que las organizaciones consoliden la Responsabilidad Social a través de:

- Respetando las diferencias culturales, sociales, ambientales, legales y condiciones de desarrollo económico.
- Proporcionar una guía para hacer operativa la Responsabilidad Social.
- Identificar y comprometer a los stakeholders, y reforzar la credibilidad de los informes y reclamos realizados sobre Responsabilidad Social.
- Hacer énfasis a los resultados de desempeño y a su mejora
- Aumentar la confianza y satisfacción de los clientes y otros stakeholders en las organizaciones.
- Ser consistente y no estar en conflicto con documentos existentes, tratados y convenciones internacionales y otras normas ISO.
- No estar destinada a reducir la autoridad de los gobiernos para abordar la Responsabilidad Social en las organizaciones.
- Promover una terminología común en el campo de la Responsabilidad Social

- Aumentar el conocimiento y conciencia sobre Responsabilidad Social.

Tal como se mencionó, la ISO 26000 organiza los diversos temas sobre Responsabilidad Social Empresarial en 7 cuestiones claves. Cada ítem aborda temas como seguridad, salud, cadena de valor y aspectos económicos. Estos temas son:

- Derechos Humanos: incluye el mantener cuidado al abordar situaciones en temas de derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales; resolución de conflictos y discriminación.
- Prácticas Laborales: incluye el trabajo y las relaciones laborales de las partes, condiciones, seguridad y salud laboral, y el desarrollo humano de los trabajadores y colaboradores.
- Medio Ambiente: comprende a la prevención de la polución, el uso adecuado (sostenible) de los recursos, adaptación al cambio climático, mecanismos para la protección y mejora del medio ambiente y responsabilidad ambiental.
- Prácticas Operacionales Justas: promueve la lucha contra la corrupción, participación política responsable, competencia y negociaciones justas y la promoción de la responsabilidad social dentro de la empresa.
- Consumidores: efectuar prácticas de negociación justas para las partes

involucradas en las que incluye publicidad y comunicación, protección y seguridad al consumidor, consumo sostenible, seguridad de información de post venta, entre otros.

- Gobernanza Organizacional: se hace referencia al proceso de toma de decisiones, estructuración y delegación de poder, controles internos de la organización. Es un tema especial debido a que se refiere a una cuestión en la que la organización debe trabajar, (procesos y estructuras) y a su vez, es una forma de incorporación de 105 principios de Responsabilidad Social en las actividades diarias.

2.3.2 Memorias de Sostenibilidad

La memoria de sostenibilidad constituye un informe, es una herramienta de comunicación fiable para rendición de cuentas a los stakeholders acerca del cumplimiento del compromiso de la organización en temas de desarrollos sostenible, el logro de acciones realizadas en los ámbitos económicos, sociales y medio ambientales; sirve para fijar estrategias organizacionales, implantar planes de acción, evaluar los resultados cualitativos como los cuantitativos de la gestión, afianzar vínculos con los grupos de interés y obtener aportaciones valiosas a los propios procesos de la organización mostrando credibilidad y transparencia de la empresa.

La elaboración de una memoria de sostenibilidad de la empresa representa la presentación transparente de información, resultados y rendición de cuentas de la compañía, es decir, constituye una herramienta pública de transparencia en la que muestra la fuente de donde obtienen los índices de sostenibilidad, los administradores y analistas financieros, ahí yace la importancia de la elaboración de las memorias de sostenibilidad. Los beneficios de la elaboración y publicación de una memoria de sostenibilidad conllevan a: mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa, comparar con datos de otras instituciones relacionadas al giro del negocio, fijar la estrategia de la organización e implementar planes de acción, evaluar los resultados y seguir un sistema de mejora continua, consolidar los vínculos con los stakeholders e involucrándolos en los procesos de la organización, diseño y planteamiento de medidas para la toma de decisiones ante conflictos sociales y medioambientales.

La guía para la elaboración de los informes de sostenibilidad, Global Reporting Initiative, está considerada como la de mayor aceptación y reconocimiento a nivel mundial. Global Reporting Initiative (GRI) es una organización sin fines de lucro que promueve la sostenibilidad económica, ambiental y social. Esta institución proporciona a las empresas una estructura comprensiva para la elaboración de memorias de sostenibilidad a través de las conocidas directrices GRI3, dada la buena aceptación que han tenido frente a diversos organismos

internacionales así como su uso frecuente, tácitamente se han convertido en un estándar a nivel mundial. El GRI pretende elevar la calidad del informe sobre sustentabilidad y lograr mayor comparabilidad entre reportes, consistencia y eficiencia en la difusión, establece 54 indicadores centrales y en tres dimensiones: ambiental, financiera y social.³⁰

“...El último lanzamiento del GRI fue en 2006. La G3 está compuesta por dos partes. La primera parte es una guía que menciona del cómo se debe informar, en donde se destacan los principios para definir el contenido del informe, como: materialidad, inclusión de grupos de interés, contexto de sostenibilidad e integridad, además existen principios para definir la calidad del informe, por ejemplo: equilibrio comparabilidad, precisión, oportunidad, confiabilidad y claridad, y por último, dentro de ésta primera parte se incluye una guía sobre cómo establecer el alcance del informe; mientras que la segunda parte es una orientación sobre qué es lo que debería informarse, es decir, el contenido básico del informe, el cual debe incluir una estrategia y perfil de la organización, estructura de gobierno y enfoque de gestión, y por último definir los indicadores de desempeño, que son los índices de contenido GRI y los índices de actuación. Existen categorías sobre los indicadores de gestión del G3, estos son: económica, ambiental y social. Ésta

³⁰ Cfr., I. LÓPEZ TRIANA. *Origen y Tendencias de la RSE*. Opinión. p1.

última se subdivide en prácticas laborables y trabajo decente, los derechos humanos, sociedad y otras categorías de productos responsables...”³¹

³¹ Cfr., Op. [<http://www.slideshare.net/mauri3333/origen-y-tendencias-de-la-rse>]. *Origen y Tendencias de la RSE*. PDF p1.

**CAPITULO 3: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL
SUBSECTOR CIU C1070–C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS
ALIMENTICIOS**

**3.1 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C1070–C1080 ELABORACIÓN DE
PRODUCTOS ALIMENTICIOS**

Industria Manufacturera

Para describir el subsector CIU C1070-C1080 Elaboración de productos alimenticios, es importante exponer de manera general acerca de las PYMEs, del CIU y su clasificación.

Las PYMEs en el Ecuador surgen bajo dos conceptos, por un lado, se originan como empresas propiamente dichas distinguiéndose por su organización, estructura y gestión empresarial; son de capital y se desarrollan dentro del sector formal de la economía.

Por otro lado, se encuentran aquellas cuyo origen es familiar sin importar en sus comienzos por el costo, monto de inversión y capital que permita su crecimiento.

Las causas para dar origen a la PYME se remota a los años 50' y 60' con el desarrollo de la revolución industrial con el proceso de tejidos, madera, imprenta, metal, minas y alimentos. La segunda etapa en la evolución de la PYME en Ecuador surge posteriormente de la época de la crisis del año 1999 y de la inestabilidad política que se suscitó, por cuanto, las empresas se preocuparon por la supervivencia y estabilidad económica interna, es decir, buscando obtener los niveles más altos de productividad, mejora de las condiciones de trabajo y mayores ingresos.

Se puede definir a las PYMEs como un conjunto de pequeñas y medianas empresas que se miden de acuerdo al volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos. Así también se toma como referencia el criterio económico y el nivel tecnológico.³²

La importancia de las PYMEs radica en que constituyen uno de los pilares fundamentales en la actividad económica del país por cuanto poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que

³² K. NARANJO PAREDES. (2007). *El ámbito de las empresas PYMEs industriales*. Ecuador. Doc. p.6.

resultarán fuentes generadoras de empleo; además, aseguran el mercado de trabajo a través de la descentralización de la mano de obra, permiten la concentración de la renta y de la capacidad productiva, limita la relación entre empleado y empleador por cuanto sus orígenes son más de unidad familiar, se adapta mejor a la tecnología según la capacidad que posee y mantiene menor costo en infraestructura.

Cabe detallar los distintos tipos de industrias, según su tamaño, que conforman una PYME:

Pequeña Empresa: Conforman aquellas empresas cuyas operaciones predominan el uso de la maquinaria remplazando a lo artesanal (manual). Las actividades a las que se dedican predominan la transformación de materia prima en artículos terminados. Además, para que forme parte de esta segmentación industrial, el activo fijo que mantienen las empresas exceptuando lo que son terrenos y edificios, no deberá ser mayor a lo establecido por el Comité Interministerial de Fomento de la Pequeña Industria, el cual es fijado anualmente.

Según los asesores de la Cámara de la Pequeña Industria de Guayas (CAPIG), pequeña empresa es una unidad de producción que tiene de 5 a 40 y un máximo de 50 empleados, su capital no tiene piso pero su patrimonio tiene un techo de US\$150.000.

Mediana Empresa: El número de empleados deben ir de 50 y 100 personas.

Microempresa: Se considera microempresa a una unidad económica productiva sea de producción, comercio o servicio. Se caracterizan por el manejo operacional y administrativo de una sola persona, la microempresa lo conforman un máximo de 10 trabajadores incluyendo al propietario y sus activos no deben sobrepasar los \$ 20.000.

Por otro lado, las PYMEs, de acuerdo a estudios realizados por el Ministerio de Industrias y Productividad MICIP, en el mercado Ecuatoriano se desarrollan principalmente en las provincias de Azuay, Guayas, Manabí, Pichincha y Tungurahua, las cuales operan específicamente en ocho sectores productivos como son textiles y confecciones; productos alimenticios y bebidas; cuero y calzado; madera y muebles; papel, imprenta y editoriales; productos químicos y plásticos; productos minerales no metálicos; productos metálicos, maquinaria y equipo.³³

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas CIIU, comprende una categorización individual bajo simbolización alfabética y

³³ K. NARANJO PAREDES. (2007). Op. Cit. p.6-9.

numérica. En lo que respecta a la Industria Manufacturera, en estudio, comprende a la Sección C, que abarca la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos, aunque ese no puede ser el criterio único y universal para la definición de las manufacturas. Dicha transformación son materias primas procedentes de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras.

La alteración, renovación o reconstrucción de productos se consideran por lo general actividades manufactureras. Las unidades dedicadas a actividades manufactureras se suelen describir como plantas, factorías o fábricas y se caracterizan por la utilización de maquinaria y equipo de manipulación de materiales que funcionan con electricidad. Sin embargo, las unidades que transforman materiales o sustancias en nuevos productos manualmente o en el hogar del trabajador y las que venden al público productos confeccionados en el mismo lugar en el que se venden, como panaderías y sastrerías, también se incluyen en esta sección. Las unidades manufactureras pueden elaborar los materiales o contratar a otras unidades para que elaboren esos materiales en su lugar. Ambos tipos de unidades se incluyen en las industrias manufactureras.

El producto de un proceso manufacturero puede ser un producto acabado, en el sentido de que está listo para su utilización o consumo, o semi acabado, en el sentido de que

constituye un insumo para otra industria manufacturera.³⁴

CUADRO No. 1
CODIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN SUBACTIVIDADES SUBSECTOR CIU
C1010-C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

DIVISIÓN	GRUPO	CLASE	DESCRIPCIÓN
10			Elaboración de productos alimenticios
	101	1010	Elaboración y conservación de carne.
	102	1020	Elaboración y conservación de pescado, crustáceos y moluscos.
	102	1030	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas.
	104	1040	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal.
	105	1050	Elaboración de productos lácteos.
	106		Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón.
		1061	Elaboración de productos de Molinería,
		1062	Elaboración de productos de almidones y productos derivados del almidón.
	107		Elaboración de otros productos alimenticios.
		1071	Elaboración de productos de panadería.
		1072	Elaboración de azúcar.
		1073	Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería.
		1074	Elaboración de macarrones, fideos, alcuizcuz y productos farináceos similares.
		1075	Elaboración de comidas y platos preparados.
		1079	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.
	108	1080	Elaboración de piensos preparados para animales.

Fuente: Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. UNIAPAC. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIU)*. pag 64 – 65

Elaborado por: Némesis Vargas

³⁴ Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. UNIAPAC. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIU.)* Serie M, No. 4/Rev. 4. PDF. p. 105

Con respecto al Cuadro No. 1 del Sector C10 Elaboración de productos alimenticios, dicha división comprende a la elaboración de los productos de la agricultura, ganadería, silvicultura y la pesca para convertirlos en alimentos y bebidas para consumo humano o animal, e incluye la producción de varios productos intermedios que no son directamente productos alimenticios; y precisando el Subsector C1070-C1080 en estudio, corresponde a la elaboración de productos alimenticios como es la elaboración de productos de panadería, azúcar y productos de confitería, macarrones, fideos y productos farináceos similares, comidas y platos preparados, café, té y especias, así como de productos alimenticios perecederos y especialidades gastronómicas.³⁵

Según información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, a nivel global en el Distrito Metropolitano de Quito, existen en la clasificación de la Sección C: Industria Manufactura 992 compañías (incluyen pequeñas, medianas y grandes empresas sin incluir al CIIU C11 Elaboración de Bebidas). Para el estudio se toma la base del segmento de pequeñas y medianas empresas (PYMEs), con un total de 844 compañías; distribuidas en 23 CIIUs cuyo detalle se aprecia en el cuadro No. 2

³⁵ Cfr., Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. UNIAPAC. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU.)* Serie M, No. 4/Rev. 4. PDF. p. 107

CUADRO No. 2
DISTRIBUCIÓN DE LAS PYMEs AL 2011
INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO³⁶

CIU	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	No. Cias
TOTAL		609	235	148	992
C10	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.	76	36	29	141
C11	ELABORACIÓN DE BEBIDAS	7	4	6	17
C12	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO.	0	0	2	2
C13	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES.	55	22	19	96
C14	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.	39	18	6	63
C15	FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS.	11	7	1	19
C16	PRODUCCIÓN DE MADERA Y FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA Y CORCHO, EXCEPTO MUEBLES; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PAJA Y DE MATERIALES TRENZABLES.	17	3	5	25
C17	FABRICACIÓN DE PAPEL Y DE PRODUCTOS DE PAPEL.	20	9	7	36
C18	IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN DE GRABACIONES.	57	9	8	74
C19	FABRICACIÓN DE COQUE Y DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DEL PETRÓLEO.	2	1	1	4
C20	FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS.	57	29	5	91
C21	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, SUSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUCTOS BOTÁNICOS DE USO FARMACÉUTICO.	21	10	10	41
C22	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO.	33	22	14	69
C23	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS.	24	10	1	35
C24	FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.	7	5	4	16
C25	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO.	36	14	8	58
C26	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE INFORMÁTICA, ELECTRÓNICA Y ÓPTICA.	10	2	1	13
C27	FABRICACIÓN DE EQUIPO ELÉCTRICO.	10	4	3	17
C28	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.	17	10	2	29
C29	FABRICACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, REMOLQUES Y SEMIRREMOLQUES.	16	5	8	29
C30	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE EQUIPOS DE TRANSPORTE.	3	1	2	6
C31	FABRICACIÓN DE MUEBLES.	37	4	5	46
C32	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	13	6	1	20
C33	REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.	41	4	0	45

Fuente: Superintendencia de Compañías - Dirección de Estudios Económicos Societarios

Elaborado por: Némesis Vargas.

³⁶ * Datos provisionales correspondientes a compañías que reportaron su información financiera bajo las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC) al 14 de octubre de 2011.

** También incluye a compañías "no definidas": consideradas aquellas cuyas variables principales constantes en su información financiera no permitieron su respectiva clasificación.

Según cuadro No. 3 se puede apreciar que, sobre el total de PYMEs registradas en la Superintendencia de Compañías (844 empresas incluyendo los proyectos), el 72,16 por ciento son pequeñas y el 27,84 por ciento son medianas. Siendo las pequeñas empresas las más representativas en esta rama las dedicadas a la Elaboración de Productos Alimenticios (C10) con 76 empresas con una participación del 9,00 por ciento, Impresión y Reproducción de Grabaciones (C18) con 57 empresas con una participación del 6,75 por ciento, Fabricación de Substancias y Productos Químicos (C20) con 57 empresas con una participación del 6,75 por ciento y la Fabricación de Productos Textiles (C13) con 55 empresas con una participación del 6,52 por ciento. Las empresas menos representativas a esta categoría son las dedicadas a la Fabricación de Coque y de Productos de la Refinación del Petróleo (C19) con un total de 2 empresas con una participación del 0,24 por ciento seguida por la Fabricación de Otros Tipos de Equipos de Transporte (C30) con un total de 3 empresas cuya participación es del 0,36 por ciento y la Fabricación de Productos de Informática Eléctrica y Óptica (C26) con un total de 10 empresas con una participación del 1,18 por ciento.

En tanto en la categoría de mediana empresa, las más representativas son: Elaboración de Productos Alimenticios (C10) con 36 empresas con el 4,27 por ciento y la Fabricación de Substancias y Productos Químicos (C20) con 29 empresas con el 3,44 por ciento. Las menos representativas constituyen las dedicadas a la Fabricación de Coque y de Productos de la Refinación del Petróleo (C19) con un total de 1 empresa y la Fabricación de Otros Tipos de Equipos de Transporte (C30) con un total de 1 empresa cuyas

participaciones son del 0,12 por ciento.

CUADRO No. 3
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS PYMEs al 2011
INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO³⁷

CIU	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	PEQUEÑA	MEDIANA	No. Cias	TOTAL PYMEs	% PEQUEÑAS	% MEDIANAS
	TOTAL	609	235	992	844	72,16%	27,84%
C10	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.	76	36	141	112	9,00%	4,27%
C11	ELABORACIÓN DE BEBIDAS	7	4	17	11	0,83%	0,47%
C12	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO.	0	0	2	0	0,00%	0,00%
C13	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES.	55	22	96	77	6,52%	2,61%
C14	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.	39	18	63	57	4,62%	2,13%
C15	FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS.	11	7	19	18	1,30%	0,83%
C16	PRODUCCIÓN DE MADERA Y FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA Y CORCHO, EXCEPTO MUEBLES; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PAJA Y DE MATERIALES TRENZABLES.	17	3	25	20	2,01%	0,36%
C17	FABRICACIÓN DE PAPEL Y DE PRODUCTOS DE PAPEL.	20	9	36	29	2,37%	1,07%
C18	IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN DE GRABACIONES.	57	9	74	66	6,75%	1,07%
C19	FABRICACIÓN DE COQUE Y DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DEL PETRÓLEO.	2	1	4	3	0,24%	0,12%
C20	FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS.	57	29	91	86	6,75%	3,44%
C21	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, SUSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUCTOS BOTÁNICOS DE USO FARMACÉUTICO.	21	10	41	31	2,49%	1,18%
C22	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO.	33	22	69	55	3,91%	2,61%
C23	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS.	24	10	35	34	2,84%	1,18%
C24	FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.	7	5	16	12	0,83%	0,59%
C25	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO.	36	14	58	50	4,27%	1,66%
C26	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE INFORMÁTICA, ELECTRÓNICA Y ÓPTICA.	10	2	13	12	1,18%	0,24%
C27	FABRICACIÓN DE EQUIPO ELÉCTRICO.	10	4	17	14	1,18%	0,47%
C28	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.	17	10	29	27	2,01%	1,18%
C29	FABRICACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, REMOLQUES Y SEMIRREMOLQUES.	16	5	29	21	1,90%	0,59%
C30	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE EQUIPOS DE TRANSPORTE.	3	1	6	4	0,36%	0,12%
C31	FABRICACIÓN DE MUEBLES.	37	4	46	41	4,38%	0,47%
C32	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	13	6	20	19	1,54%	0,71%
C33	REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.	41	4	45	45	4,86%	0,47%

Fuente: Superintendencia de Compañías - Dirección de Estudios Económicos Societarios
Elaborado por: Némesis Vargas.

³⁷ * Datos provisionales correspondientes a compañías que reportaron su información financiera bajo las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC) al 14 de octubre de 2011.

** También incluye a compañías "no definidas": consideradas aquellas cuyas variables principales constantes en su información financiera no permitieron su respectiva clasificación.

El método para seleccionar los CIUs (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) de las pequeñas y medianas empresas objeto de investigación, en el presente proyecto, se basa en la información de los ingresos operacionales y las utilidades del ejercicio frente al total de activos y al total de patrimonio proporcionado por la Superintendencia de Compañías. (Ver Cuadro No. 4).

CUADRO No. 4
CRITERIOS DE SELECCIÓN DE CIUs DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA
EMPRESA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO HA SER
INVESTIGADOS AÑO 2011

CIU	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	INGRESOS/ACTIVOS	UTILIDAD/PATRIMONIO
	TOTAL	1,48	0,34
C10	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.	2,16	0,37
C11	ELABORACIÓN DE BEBIDAS	2,58	0,25
C12	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO.	0,00	0,00
C13	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES.	1,31	0,28
C14	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.	1,45	0,23
C15	FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS.	1,38	1,10
C16	PRODUCCIÓN DE MADERA Y FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA Y CORCHO, EXCEPTO MUEBLES; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PAJA Y DE MATERIALES TRENZABLES.	1,15	0,17
C17	FABRICACIÓN DE PAPEL Y DE PRODUCTOS DE PAPEL.	1,37	0,40
C18	IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN DE GRABACIONES.	1,26	0,27
C19	FABRICACIÓN DE COQUE Y DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DEL PETRÓLEO.	1,68	1,32
C20	FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS.	1,58	0,38
C21	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, SUSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUCTOS BOTÁNICOS DE USO FARMACÉUTICO.	1,13	0,14
C22	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO.	1,57	0,39
C23	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS.	1,65	0,34
C24	FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.	1,58	0,26
C25	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO.	1,54	0,28
C26	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE INFORMÁTICA, ELECTRÓNICA Y ÓPTICA.	1,32	0,41
C27	FABRICACIÓN DE EQUIPO ELÉCTRICO.	0,50	-1,20
C28	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.	1,24	0,29
C29	FABRICACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, REMOLQUES Y SEMIRREMOLQUES.	1,61	0,43
C30	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE EQUIPOS DE TRANSPORTE.	0,26	1,08
C31	FABRICACIÓN DE MUEBLES.	1,31	0,18
C32	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	1,68	0,42
C33	REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.	1,50	0,71

Fuente: Superintendencia de Compañías - Dirección de Estudios Económicos Societarios

Elaborado por: Némesis Vargas.

El subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios cuenta con 60 empresas distribuidas de la siguiente manera:

CUADRO No. 5
CLASIFICACIÓN CIU C1070-C1080: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS
ALIMENTICIOS

C10 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.					
N° Cías	N° EXPED.	RUC	DENOMINACION	SEGMENTO	CIU_N6
1	10335	1790037126001	SOCIEDAD INDUSTRIAL RELI S.A.	MEDIANA	C1071.01
2	45914	1790826171001	PALPES, PASTIFICIOS ALPES S.A.	PEQUEÑA	C1071.01
3	48807	1791282833001	DELIPAN S.A.	PEQUEÑA	C1071.01
4	48974	1791291522001	BAKELSECUADOR S.A.	MEDIANA	C1071.01
5	154469	1792018382001	GRILLE S.A.	MEDIANA	C1071.01
6	159519	1792129745001	INDUSTRIA PROCESADORA DE ALIMENTOS NACIONALES MONTENEGRO MENA S.A.	MEDIANA	C1071.01
7	11953	1790139719001	PANADERIA Y GALLETERIA ARENAS C. A.	MEDIANA	C1071.01
8	15727	1790515540001	MENESES E HIJOS ADMINISTRACION DE RESTAURANTES C LTDA	PEQUEÑA	C1071.01
9	18626	1790894185001	HIDALPAN CIA. LTDA. PANIFICADORA Y PASTELERIA	PEQUEÑA	C1071.01
10	90285	1791738233001	HANSELYGRETEL CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1071.01
11	90614	1791769732001	PANIFICADORA AMBATO PANAMBATO CIA. LTDA	MEDIANA	C1071.01
12	158013	1792087589001	PANDEBONO ECUADOR PANBOEC CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1071.01
13	162987	1792205700001	PANADERIA PAN & CAFE INPACAF S.A.	PEQUEÑA	C1071.02
14	154342	1792005809001	K.R.K. CAFFETO ECUADOR CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1071.02
15	87431	1791431227001	ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1072.02
16	34701	1391715234001	ECUATORIANA DE CHOCOLATES ECUACHOCOLATES S.A.	PEQUEÑA	C1073.12
17	158311	1792096081001	SISTEMAS Y SOLUCIONES ANDINAS ANDISISTEMS S.A.	PEQUEÑA	C1073.12
18	10999	1790013782001	FABRICA BIOS CIA LTDA	PEQUEÑA	C1073.12
19	16419	1790659488001	GALLETAS BROOME C LTDA	PEQUEÑA	C1073.12
20	47859	1791251016001	CONFITECORP S.A.	MEDIANA	C1073.21
21	64190	1792285178001	PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS SEMPREGNE S.A.	PEQUEÑA	C1073.21
22	89555	1791739752001	SYLVERMIEL S.A	PEQUEÑA	C1073.21
23	157605	1792080657001	CHOCONO S.A.	MEDIANA	C1073.21
24	18010	1790862917001	INDUSTRIA DE CAMELOS PEREZ BERMEO CIA. LTDA.	MEDIANA	C1073.21
25	53452	1791313305001	ECUATORIANA DE GOLOSINAS-ECUAGOLOSINAS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1073.21
26	87729	1791433432001	COMESTIBLES SALAMANCA JUNCA COMSAJU CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1073.21
27	151086	1791916530001	HISPANAMUR S.A.	PEQUEÑA	C1073.22
28	85888	1791396472001	ALIMENTOS Y BEBIDAS ALIBESAMONTY'S S.A.	PEQUEÑA	C1075.01
29	152910	1791972244001	ECUABARE S.A.	PEQUEÑA	C1075.01
30	162481	1792195314001	METROSERVICIOS S.A.	PEQUEÑA	C1075.01
31	163602	1792217482001	ITALCATERING S.A. COMPAÑIA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PEQUEÑA	C1075.01
32	53459	1791314085001	COMERCIALIZADORA Y SERVICIOS BODSTROM CIA. LTDA.	MEDIANA	C1075.01
33	54313	1791353765001	MADRIPAZ CORPORACION DE SERVICIOS Y COMIDAS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1075.01

CUADRO No. 5 (Continuación)
CLASIFICACIÓN CIU C1070-C1080: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS
ALIMENTICIOS

34	62376	1792270456001	LUCIA VINUEZA CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1075.01
35	51521	1791250443001	PRODUCTOS LOJAN CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1075.06
36	11589	1790014800001	PRODUCTOS MINERVA CIA LTDA	MEDIANA	C1079.12
37	10913	1790077195001	INDUSTRIAS ECUATORIANAS COMERCIAL DISTRIBUIDORA IMPORTADORA CODIM SA	PEQUEÑA	C1079.14
38	88601	1791715594001	HIERBAS NATURALES Y MEDICINALES DE PUSUQUI S.A. HIERBAPUSUQUI	MEDIANA	C1079.14
39	64381	1792286751001	PROTEINA AVANZADA P.T. S.A.	PEQUEÑA	C1079.29
40	88301	1791713222001	MERTENS & ASO S.A.	PEQUEÑA	C1079.29
41	153478	1791997689001	AROMAS Y SABORES AROMAFLO S.A.	PEQUEÑA	C1079.29
42	160384	1792143322001	GREATLIFE DEL ECUADOR S.A.	PEQUEÑA	C1079.29
43	13075	1790292428001	PRODUCTOS DE CONSUMO PROCONSUMO C.A.	PEQUEÑA	C1079.31
44	52745	1791288246001	ESPECIES EXOTICAS ESXOT CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1079.32
45	155089	1792037360001	GOOD FOOD DEL ECUADOR GFECU S.A.	PEQUEÑA	C1079.93
46	162127	1792186145001	ENTERFOODS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1079.93
47	304	1790041883001	IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES AROMCOLOR SA	MEDIANA	C1079.95
48	11462	1790356604001	EXTRACTOS ANDINOS CA	PEQUEÑA	C1079.95
49	46131	1790870715001	SOGUAR S. A.	PEQUEÑA	C1080.01
50	90055	1791753216001	ALIMENTOS BALANCEADOS DEL ECUADOR ECUABIOMIX S.A	PEQUEÑA	C1080.01
51	45113	1790666468001	VIMIN VITAMINAS Y MINERALES CA	MEDIANA	C1080.02
52	88755	1791714903001	NUTRIFORT S.A.	MEDIANA	C1080.02
53	89228	1791728114001	THE EXOTIC BLENDS CO. BLEXOTIC S.A.	MEDIANA	C1080.02
54	151097	1791916735001	ANLAGEN DEL ECUADOR S.A	MEDIANA	C1080.02
55	152400	1791968891001	ECUADPREMEX S.A.	MEDIANA	C1080.02
56	15583	1790557774001	SUMINISTROS DE INSUMOS AVICOLAS PECUARIOS SIAP N.L. C LTDA	MEDIANA	C1080.02
57	89874	1791752481001	CHEVAL DE SEMILLY CIA. LTDA	MEDIANA	C1080.02
58	94931	1791888553001	ALIMENTOS Y ADITIVOS ALIDIP CIA. LTDA	PEQUEÑA	C1080.02
59	152889	1791972430001	AGROMIXTOS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1080.02
60	158700	1792102103001	PROALVIT ALIMENTOS BALANCEADOS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C1080.02

Fuente: Superintendencia de Compañías - Dirección de Estudios Económicos Societarios

Elaborado por: Némesis Vargas.

3.2 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C1070–C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS³⁸

Antes de mencionar al sector manufacturero y al subsector CIU C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios, es de gran importancia proporcionar información general acerca de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas de todos los sectores económicos del país.

En el cuadro No. 6 se puede apreciar el monto de los activos de las empresas del Distrito Metropolitano de Quito para el año 2011. Es mayor para las grandes empresas con \$3.741'264.587 de dólares americanos, para las medianas empresas es de \$460'987.388, para las pequeñas empresas es de \$251'758.480 y para las microempresas es de \$43'156.800.

CUADRO No. 6
ESTADÍSTICAS DE LAS COMPAÑÍAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, POR TAMAÑO, ESPECIFICACIÓN DEL MONTO DE ACTIVOS Y NÚMERO DE EMPRESAS (2011)*

AÑO	MICROEMPRESA		PEQUEÑA		MEDIANA		GRANDE	
	ACTIVO	No. Cías.	ACTIVO	No. Cías.	ACTIVO	No. Cías.	ACTIVO	No. Cías.
2011	\$43'156.800	583	\$251'758.480	609	\$460'987.388	235	\$3.741'264.587	148

*Datos actualizados al 14 de Octubre de 2011.

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Intendencia Nacional de Gestión Estratégica, Dirección de Investigación y Estudios.

³⁸ Datos obtenidos de la Superintendencia de Compañías - Intendencia Nacional de Gestión Estratégica, Dirección de Investigación y Estudios. Banco Central del Ecuador – La Industria de Alimentos y Bebidas 2009.

En el cuadro No. 7, se muestra información a nivel de Distrito Metropolitano de Quito de las MIPYMES en términos de variables financieras como activos, pasivos, patrimonio, ingresos, utilidad (pérdida) del ejercicio y número de compañías, con el correspondiente promedio de segmento.

CUADRO No. 7
COMPOSICIÓN PROMEDIO DE LAS MIPYMES EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO (2011)*

TAMAÑO/PROMEDIO	ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS	UTILIDAD (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	No. Cías.
1. MICROEMPRESA	\$43'156.800	\$32'817.053	\$10'339.747	\$42'261.400	-\$2'814.294	583
PROMEDIO MICROS	\$74.025	\$56.290	\$17.735	\$72.490	-\$4.827	
2. PEQUEÑA	\$251'758.480	\$177'760.417	\$73'998.062	\$351'609.047	-\$6'099.920	609
PROMEDIO PEQUEÑAS	\$413.397	\$291.889	\$121.507	\$577.355	-\$10.016	
3. MEDIANA	\$460'987.388	\$314'380.371	\$146'607.017	\$701'984.832	-\$7'739.002	235
PROMEDIO MEDIANAS	\$1'961.648	\$1'337.789	\$623.860	\$2'987.169	-\$32.932	
4. TOTAL MIPYMES (1+2+3)	\$755'902.668	\$524'957.841	\$230'944.826	\$1.095'855.279	- \$16'653.216	1427
PROMEDIO MIPYMES	\$529.715	\$367.875	\$161.839	\$767.943	-\$11.670	

*Datos actualizados al 30 de junio del 2011

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Dirección de Estudios Económicos Societarios

Bajo un análisis de índices financiero se puede determinar que el índice de solvencia y razón de Endeudamiento del Activo tanto la pequeña empresa es de 71 por ciento y la

mediana empresa con 68 por ciento, mostrando-que dependen mucho de sus acreedores y que disponen de una limitada capacidad de endeudamiento, es decir, funcionan con una estructura financiera más arriesgada.

En cuanto a Endeudamiento del Patrimonio tanto la pequeña con 2,40 puntos y la mediana empresa con 2,14 puntos, indica que ambas industrias son propensas a obtener fondos adicionales mediante préstamos. Por otro lado, bajo el índice de Apalancamiento indica que la pequeña empresa con 3,40 puntos y la mediana empresa con 3,14 puntos, tienen recursos propios que absorberían pequeñas disminuciones del activo y por el contrario si existiese un incremento en el activo podría significar una revalorización en el patrimonio.

En declaraciones realizadas por la Ministra de Industrias y Productividad, Verónica Sión, el pasado 16 de Diciembre de 2011, mencionó que el aporte de la industria de alimentos al PIB para en el año fue del 14 por ciento, que representa 365 millones en ventas.

En el cuadro No. 8 y gráfico No. 1 se puede apreciar de cómo se estructura y aporta cada grupo productivo al PIB -en la generación de riqueza-. El sector alimenticio aporta al PIB con el 20.7 por ciento del total, el de textiles y confecciones con el 20.3 por ciento, el de maquinaria y equipo con el 19.9 por ciento, el de productos químicos con el 13.3 por

ciento, madera y muebles con el 10.8 por ciento, papel e imprenta con el 8.2 por ciento, cuero y calzado con un 3.8 por ciento y el de minerales no metálicos con un 3 por ciento.³⁹

CUADRO No. 8
APORTE AL PIB POR GRUPO PRODUCTIVO DE LAS PYMEs AÑO 2007

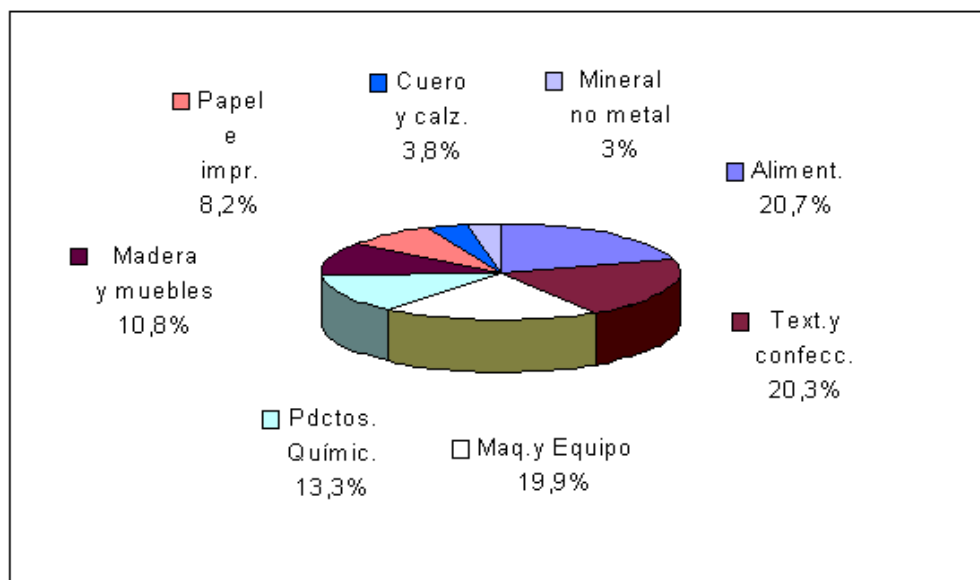
Alimentos	20.7%
Textiles y confecciones	20.3%
Maquinaria y equipo	19.9%
Productos químicos	13.3%
Madera y muebles	10.8%
Papel e imprenta	8.2%
Cuero y calzado	3.8%
Minerales no metálicos	3%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad; República del Ecuador.

Elaborado por: Karina Naranjo Paredes.

³⁹ K. NARANJO PAREDES. (2007). Op. Cit. p.13.

GRÁFICO No. 1
TENDENCIAS DEL MERCADO PRINCIPAL DE LAS PYMEs AÑO 2007

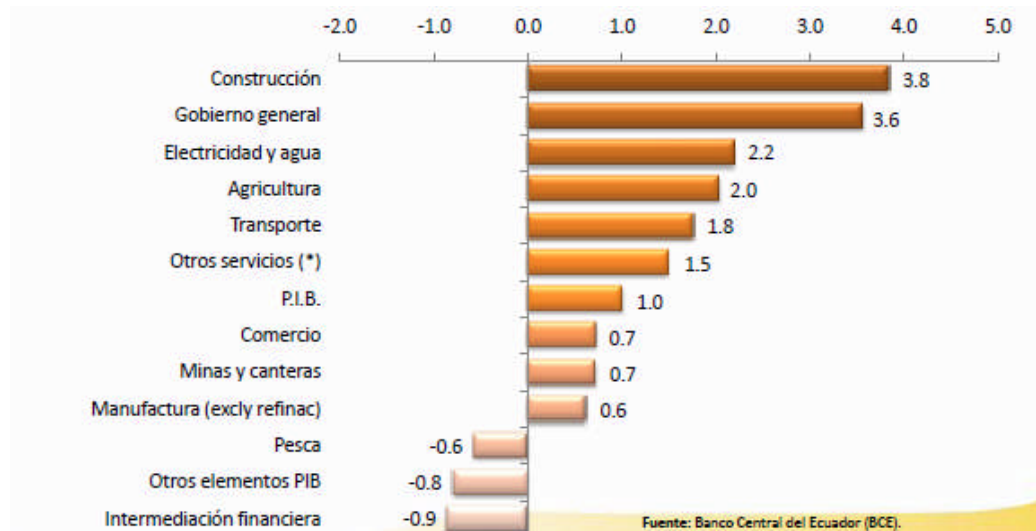


Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad; República del Ecuador.

Elaborado por: Karina Naranjo Paredes.

En el gráfico No. 2 se pueden observar datos de las Estadísticas Macroeconómicas del Banco Central del Ecuador, en cuanto al desarrollo económico, en el cuarto trimestre de 2011, las actividades económicas de mejor desempeño fueron: Construcción y obras públicas 3,8 por ciento (mantiene su tendencia por la ejecución de planes de inversión pública y privada de obras civiles generales y construcción de viviendas; Gobierno general 3,6 por ciento; Electricidad y Agua 2,2 por ciento; Agricultura 2,0 por ciento; Transporte 1,8 por ciento; y Otros servicios 1,5 por ciento. Cabe señalar que en otros servicios comprende a las actividades Manufactureras excluyendo a la refinación cuyo desempeño fue de 0,6 por ciento.

GRÁFICO No. 2
VALOR AGREGADO BRUTO, VAB, POR INDUSTRIAS
CUARTO TRIMESTRE 2011

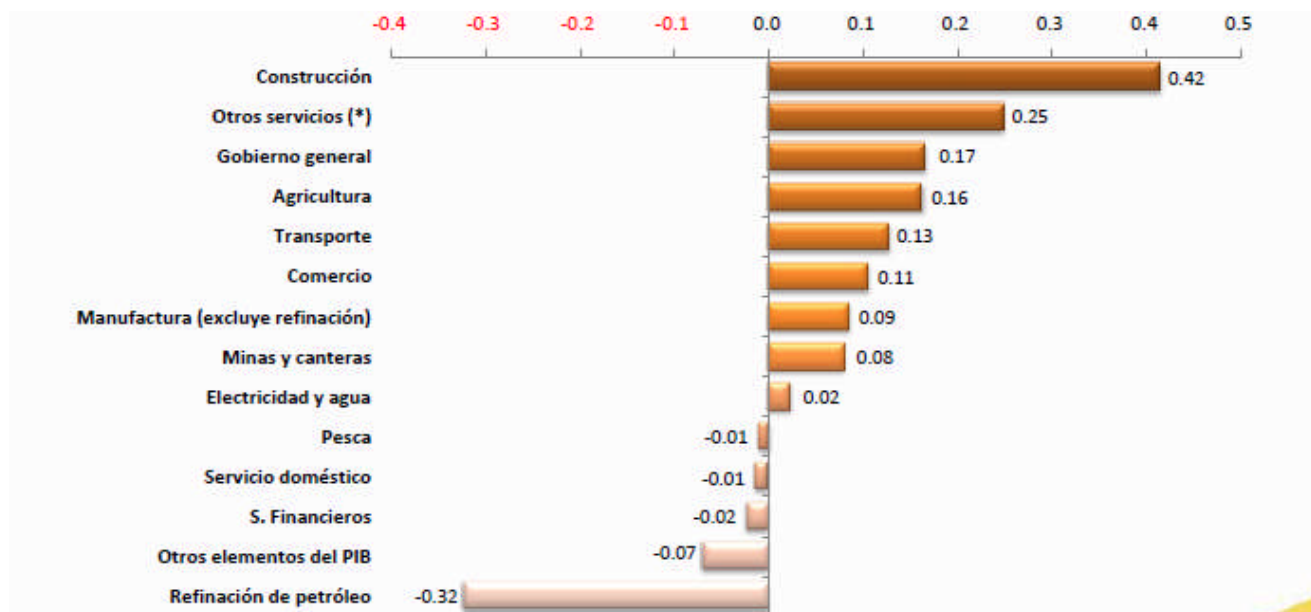


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Némesis Vargas

En el gráfico No. 3 se puede apreciar las actividades económicas que presentaron una mayor contribución a la variación trimestral del PIB fueron: Construcción con 0,42 por ciento; Otros Servicios 0,25 por ciento; Gobierno General 0,17 por ciento; Agricultura 0,16 por ciento; Transporte 0,13 por ciento; Comercio 0,11 por ciento; Manufactura 0,09 por ciento y Minas y Canteras con 0,08 por ciento.

GRÁFICO No. 3
CONTRIBUCIÓN DE LA INDUSTRIA A LA VARIACIÓN TRIMESTRAL DEL
PIB
CUARTO TRIMESTRE 2011



*Incluye hoteles, bares y restaurantes; comunicaciones, alquiler de vivienda, servicios a empresas y hogares, salud y educación pública y privada.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Némesis Vargas.

Forma parte muy importante para la producción y desempeño económico del país la industria de alimento y bebidas. En el cuadro No. 9 se puede ver información proporcionada por las Cuentas Nacionales del Banco Central del Ecuador, para el año 2009, el Valor Agregado de la industria manufacturera sin incluir la refinación de petróleo representó en valores constantes el 13.6 por ciento del Producto Interno Bruto.

CUADRO No. 9
PARTICIPACIÓN DE LAS INDUSTRIAS EN EL PIB
(MILLONES DE DÓLARES)

RAMAS DE ACTIVIDAD	VAB 2009 MILLONES US\$	VAB 2010* MILLONES US\$	APORTE AL PIB	CRECIMIENTO 2009-2010
Otros servicios 1	3.874	4.137	16,1%	16,5%
Comercio al por mayor y al por menor	3.503	3.647	14,5%	14,6%
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	3.290	3.409	13,6%	13,6%
Explotación de minas y canteras	3.440	3.382	14,3%	13,5%
Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca.	2.510	2.578	10,4%	10,3%
Construcción y obras públicas.	2.238	2.338	9,3%	9,3%
Otros elementos del PIB.	2.182	2.293	9,0%	9,2%
Transporte y almacenamiento.	1.792	1.878	7,4%	7,5%
Servicios gubernamentales.	1.228	1.287	5,1%	5,1%
Servicios de intermediación financiera.	540	571	2,2%	2,3%
Suministro de electricidad y agua.	211	220	0,9%	0,9%
Servicio doméstico.	30	30	0,1%	0,1%
PIB	24.119	25.019	100,0%	3,7%

Fuente: Banco Central del Ecuador – Cuentas Nacionales 2008

*Previsiones del Banco Central

Elaborado por: Némesis Vargas

En el cuadro No. 10 se ve que la industria de Alimentos y Bebidas es la de mayor aporte al Sector Industrial con el 7.5 por ciento del PIB total. Además tiene especial importancia dentro del sector manufacturero pues contribuye con el 55.10 por ciento de su valor agregado.

CUADRO No. 10
VALOR AGREGADO BRUTO DEL SECTOR MANUFACTURERO
(MILLONES DE DÓLARES)

INDUSTRIA MANUFACTURERA	VAB 2009 MILLONES US\$	VAB 2010* MILLONES US\$	APORTE AL PIB TOTAL	APORTE AL VAB MANUFACTURERO	CRECIMIENTO 2009-2010
Alimentos y Bebidas	1.818	1.878	7,50%	55,10%	3,30%
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir	469	483	1,90%	14,16%	2,90%
Fabricación de productos químicos, caucho y plástico	267	277	1,10%	8,12%	3,80%
Producción de madera y fabricación de productos de madera	252	267	1,10%	7,84%	6,20%
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	224	232	0,90%	6,80%	3,70%
Papel y productos de papel	133	141	0,60%	4,14%	6,10%
Fabricación de maquinaria y equipo	110	113	0,50%	3,32%	2,50%
Elaboración de productos de tabaco	11	11	0,00%	0,33%	-2,00%
Industrias manufactureras n.c.p.	6	7	0,00%	0,20%	6,80%

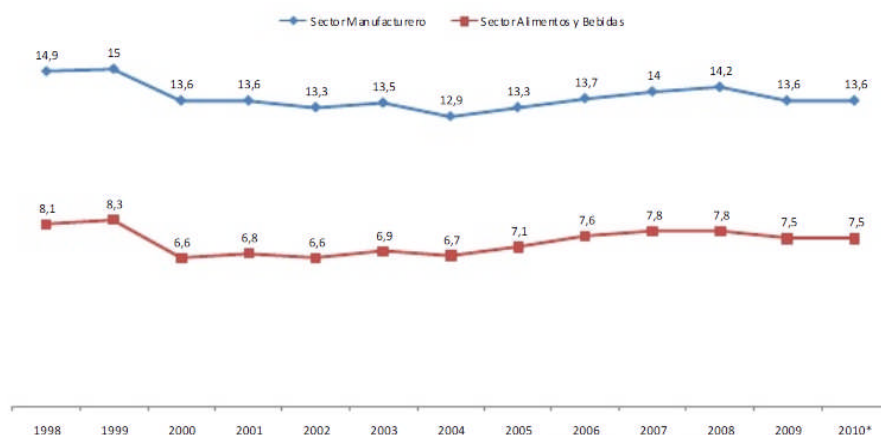
Fuente: Banco Central del Ecuador.

*Previsiones del Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Némesis Vargas

En el gráfico No. 4 se observa que la participación del sector alimentos y bebidas sobre el PIB total en la última década ha sido en promedio 7.3 por ciento, esto confirma la importancia del sector dentro del sector Manufacturero y también de la economía.

GRÁFICO No. 4
VALOR AGREGADO BRUTO COMO PORCENTAJE DEL PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Némesis Vargas

En el cuadro No. 11 se ve que el valor agregado de la industria de alimentos y bebidas en el 2009 en términos constantes fue de US\$ 1.819 millones. Dentro de este sector, la rama industrial que más aportó al PIB total fue la de producción, procesamiento y conservación de camarón, pescado, carne y productos cárnicos 4.8 por ciento, le sigue elaboración de productos diversos con 1.4 por ciento, elaboración de bebidas con 0.5 por ciento, elaboración de azúcar con 0.4 por ciento, elaboración de cereales y panadería con 0.4 por ciento.

CUADRO No. 11
VALOR AGREGADO BRUTO DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

INDUSTRIA MANUFACTURERA	VAB 2009 MILLONES US\$	VAB 2010* MILLONES US\$	APORTE AL PIB TOTAL	APORTE AL VAB MANUFACTURERO	CRECIMIENTO 2009-2010
Carnes y pescado elaborado	1.163	1.192	4,80%	63,90%	2,50%
Productos alimenticios diversos	329	346	1,40%	18,10%	5,20%
Elaboración de bebidas	128	132	0,50%	7,00%	3,10%
Elaboración de azúcar	103	110	0,40%	5,70%	6,80%
Cereales y panadería	96	98	0,40%	5,30%	2,10%
SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS	1.819	1.878	7,50%	100,00%	3,20%

Fuente: Banco Central del Ecuador

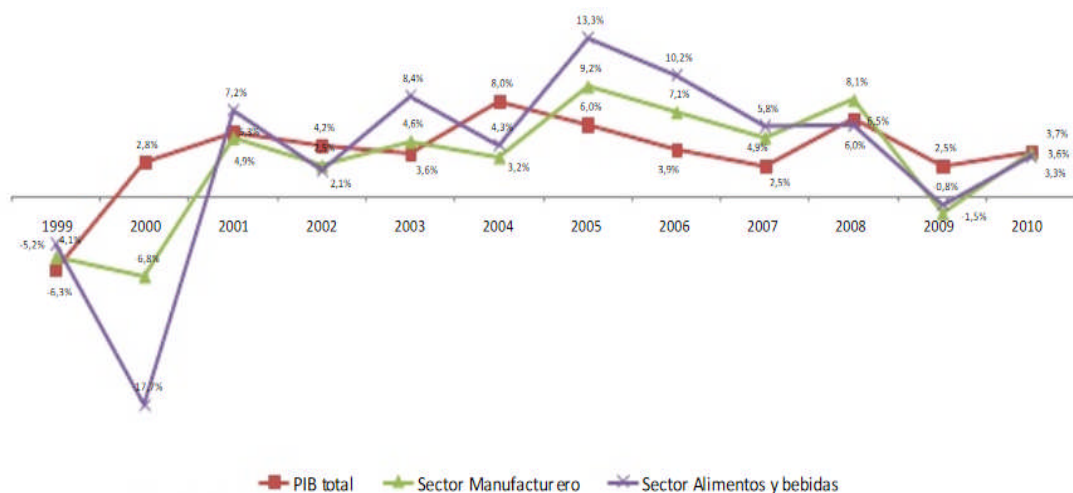
*Previsiones del Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Némesis Vargas

En el gráfico No. 5 se aprecia que el decrecimiento más bajo que tuvo el sector de alimentos y bebidas en la última década fue en el año 2000 (año de crisis económica), aunque en ese año el PIB total creció 2.8 por ciento, el sector de alimentos y bebidas tuvo una caída de casi 18 puntos porcentuales, esto debido a que el VAB de la producción de

camarón, pescado y carne en ese año se redujo 32 por ciento en ese periodo. El sector alimenticio mantiene un comportamiento similar al de sector industrial manufacturero; desde el 2001 hasta el 2009 el sector de alimentos y bebidas mantuvo un crecimiento promedio de 7.2 por ciento, en el 2007 el crecimiento de este sector fue mayor que el crecimiento de la industria manufacturera (5.8 por ciento alimentos y bebidas, 4.9 por ciento Industria manufacturera) pero todavía no recupera los niveles de crecimiento que tuvieron en el 2005 y 2006 (13.3 por ciento y 10.2 por ciento respectivamente), también observamos que por efectos de la crisis mundial en el 2009 tanto el PIB total como el PIB del sector manufacturero y alimenticio cayeron simultáneamente, y según las previsiones del Banco Central para el 2010 se espera que el Sector Alimentos y bebidas crezca 3.6 por ciento.

GRÁFICO No. 5
VALOR AGREGADO BRUTO Y PIB
TASAS DE VARIACIÓN PORCENTUAL



FUENTE: Banco Central del Ecuador

*Previsiones del Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Némesis Vargas

DESEMPEÑO DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Para estudiar mejor el desempeño de la industria de alimentos y bebidas en el Ecuador, el Banco Central del Ecuador ha segmentado el sector en 5 ramas:

- Producción, procesamiento y conservación de camarón, pescado, carne y productos cárnicos.
- Elaboración de Cereales y panadería.
- Elaboración de Azúcar.
- Elaboración de Productos alimenticios diversos.
- Elaboración de Bebidas.

Por otro lado, en lo que respecta al Subsector CIU C1070 Elaboración de productos alimenticios, comprende la elaboración de distintos productos alimenticios que no se incluyen en los anteriores grupos de este sector. A esta categoría se hace referencia la elaboración de productos de panadería, azúcar y productos de confitería, macarrones, fideos y productos farináceos similares, comidas y platos preparados, café, té y especias, así como de productos alimenticios, perecederos y especialidades gastronómicas.

A continuación se procede a detallar cada subgrupo del Subsector CIU C1070

Elaboración de productos alimenticios:

- C1071: Elaboración de productos de panadería: En esta subclasificación comprende la elaboración de productos de panadería frescos, secos y congelados, las actividades que corresponden son:

- Elaboración de pan y bollos.
- Elaboración de pasteles, tortas, pasteles de frutas, tartas, entre otros.
- Elaboración de tostadas, galletas y otros productos de panadería secos.
- Elaboración de productos de pastelería y bizcochos envasados.
- Elaboración de productos de aperitivo sean dulces o salados (galletas, pretzels, entre otros).
- Elaboración de tortillas de maíz o trigo.
- Elaboración de productos de panadería congelados como panqueques, gofres, bollos, entre otros.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Elaboración de productos farináceos (pastas).
- Elaboración de aperitivos a base de patata.
- Calentamiento de productos de panadería para su consumo inmediato.

- C1072: Elaboración de azúcar: En esta subclasificación comprende las siguientes actividades:

- Elaboración o refinación de azúcar y sucedáneos de azúcar obtenidos a partir de jugo de caña, remolacha, arce y palma.
- Elaboración de jarabes de azúcar.
- Elaboración de melazas.
- Elaboración de jarabe y azúcar de arce.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Elaboración de glucosa, jarabe de glucosa, maltosa.

- C1073: Elaboración de cacao, chocolate y de productos de confitería: En esta subclasificación comprende las siguientes actividades:

- Elaboración de cacao y de manteca, grasa y aceite de cacao.
- Elaboración de chocolate y productos de chocolate.
- Elaboración de productos de confitería: caramelos, pastillas de cachú, turrón, confites blandos y chocolate blanco.
- Elaboración de goma de mascar.
- Conservación en azúcar de frutas, nueces, cáscaras de frutas y otras partes de plantas.

- Elaboración de grageas y pastillas de confitería.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Elaboración de azúcar de sacarosa.

- C1074: Elaboración de macarrones, fideos, alcuzcuz y productos farináceos similares:

En esta subclasificación comprende las siguientes actividades:

- Elaboración de pastas, como macarrones y fideos, cocidos o sin cocer o rellenos o sin rellenar.
- Elaboración de alcuzcuz.
- Elaboración de productos de pasta enlatados o congelados.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Elaboración de platos preparados de alcuzcuz.
- Elaboración de sopas que contienen pasta.

- C1075: Elaboración de comidas y platos preparados: constituye en esta

subclasificación la elaboración de comidas y platos listos para consumir, es decir, preparados, condimentados y cocidos. Mencionados platos se someten a un proceso de conservación tales como congelación o enlatado, se envasan y etiquetan para la reventa. A esta clasificación no se incluye la preparación de comidas para el consumo inmediato como en los restaurantes.

En esta subclasificación comprende las siguientes actividades:

- Elaboración de platos de carne o de pollo.
- Elaboración de platos de pescado, incluido pescado con patatas fritas.
- Elaboración de platos preparados de legumbres y hortalizas.
- Elaboración de estofados enlatados y comidas preparadas al vacío.
- Elaboración de otras comidas preparadas como cenas de televisión, entre otras.
- Elaboración de pizza congelada o conservada de otra manera.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Elaboración de alimentos frescos o de alimentos con un solo ingrediente principal.
- Preparación de comidas y platos para su consumo inmediato.
- Actividades de contratistas de servicio de comidas.

- C1079: Elaboración de otros productos alimenticios ncp: En esta subclasificación comprende las siguientes actividades:

- Descafeinado y tostado de café.
- Producción de productos de café como café molido, soluble, extractos y concentrados de café.
- Elaboración de sucedáneos de café.
- Mezcla de té y mate.
- Elaboración de extractos y preparados a base de té o mate.
- Elaboración de sopas y caldos.
- Elaboración de alimentos para usos especiales tales como leche maternizada, leche y otros alimentos de transición, alimentos infantiles y alimentos que contienen ingredientes homogeneizados.
- Elaboración de especias, salsas y condimentos como la mayonesa, harina y sémola de mostaza, mostaza preparada, entre otros.
- Elaboración de vinagre.
- Elaboración de miel artificial y caramelo.
- Elaboración de alimentos preparados perecederos, como sándwiches, bocadillos y pizza fresca sin hornear.

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Elaboración de infusiones de hierbas como menta, verbena, manzanilla, entre otras.
- Elaboración de levadura.
- Elaboración de extractos y jugos de carne, pescado, crustáceos o moluscos.
- Elaboración de sucedáneos no lácteos de leche y de queso.
- Elaboración de productos de huevo, ovoalbúmina.
- Elaboración de sal de mesa; por ejemplo, sal yodada.
- Elaboración de concentrados artificiales.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Cultivo de especias.
 - Elaboración de inulina.
 - Elaboración de alimentos preparados perecederos de frutas, legumbres y hortalizas como ensaladas, hortalizas peladas, cuajada de soja, entre otras.
 - Elaboración de pizza congelada.
 - Elaboración de aguardientes, cerveza, vino y bebidas no alcohólicas.
 - Preparación de productos botánicos para usos farmacéuticos.
- C1080: Elaboración de piensos preparados para animales: En esta subclasificación comprende las siguientes actividades:
 - Elaboración de piensos preparados para animales domésticos (perros,

- gatos, pájaros, peces, entre otros).
- Elaboración de piensos preparados para animales de granja, incluidos piensos concentrados y suplementos de piensos.
- Preparación de piensos sin mezclar (elaborados a partir de un único producto) para animales de granja.
- Tratamiento de desperdicios de mataderos para preparar piensos.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Producción de harina de pescado para su utilización en piensos.
- Producción de tortas de semillas oleaginosas.
- Actividades que tienen por resultado la producción de subproductos que sirven de alimento para animales sin necesidad de tratamiento especial; por ejemplo, residuos de semillas oleaginosas, residuos de la molinería de cereales, entre otros.

3.3 PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE RSE EN LAS PYMEs

En el marco legal, la Constitución de la República del Ecuador respalda la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMEs a través de su organismo ejecutor el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y

Competitividad (MCEC), que pone en disposición el proyecto CreEcuador otorgando la certificación y permiso de uso de los sellos “Hace bien y Hace mejor”, por un tiempo determinado, a aquellas organizaciones que cumplan responsablemente con las 4 éticas empresariales que promociona el Gobierno Nacional.

Este proyecto se aplica a las organizaciones del sector privado (artesanos y micro empresa, pequeña empresa, mediana empresa y gran empresa) y empresas públicas, con el fin de fomentar un entorno de trabajo en el que se promueva la integridad, la equidad, el principio de solidaridad, el respeto por la cultura, el patrimonio, los recursos naturales y la responsabilidad social en todas la actividades empresariales.

A continuación se detalla los dos tipos de reconocimiento:

- Sellos Hace Bien: El sello “Hace Bien” es aquel que tiene como objeto reconocer a las organizaciones que cumplen con las disposiciones legales y normativas que regulan las cuatro éticas empresariales promovidas por el Gobierno Nacional y han incorporado un componente de buenas prácticas en su gestión empresarial.

Para la obtención del sello se debe cumplir con las 4 éticas que el Gobierno Nacional ha implementado: ética con los trabajadores, ética con la comunidad, clientes y proveedores, ética con el Estado y ética con el medioambiente.

- Sellos Hace Mejor: El sello “Hace Mejor” es aquel que tiene como objeto reconocer a

las organizaciones que han incorporado a su gestión altos estándares de buenas prácticas empresariales en los aspectos relativos a las políticas de las cuatro éticas empresariales. Para obtener este sello las organizaciones deben haber obtenido previamente el sello “Hace Bien”.

Además, en ejercicio de las atribuciones conferidas por el artículo 57 literal a) del Código Orgánico de la Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en concordancia con el artículo 8 de la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito expide la Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano de Quito: Ordenanza N° 333.

La Ordenanza Metropolitana N° 333 tiene como fin motivar una cultura basada en la ética y la responsabilidad social con visión a la generación de un territorio competitivo y una sociedad sostenible incentivando a las organizaciones tanto públicas como privadas, nacionales y extranjeras a desarrollar actividades en el Distrito Metropolitano de Quito, a incorporar integralmente en sus operaciones la Responsabilidad Social, como un modelo de gestión alineado al desarrollo sostenible.

La Responsabilidad Social para fines de la Ordenanza Metropolitana N° 333 se la considera como un modelo de gestión de las organizaciones que incorpora los impactos

que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el ambiente, para actuar en beneficio mutuo, tanto de la organización como de la naturaleza y de las partes interesadas, más allá del cumplimiento de las exigencias legales. Es un proceso global por mejorar continuamente el desempeño de protección a las personas, al ambiente y contribuir al desarrollo de su territorio y de la sociedad a través de un comportamiento ético y transparente.

A través de la Ordenanza se instaurará El Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social del Distrito Metropolitano de Quito que, institucionalizará un espacio de diálogo y participación con los grupos de interés en tópicos de la situación actual y el fomento de la Responsabilidad Social; y, proponer acciones en base a la sinergia de las organizaciones para generar un territorio competitivo y una sociedad sostenible con el objeto de que se identifique los principales incentivos que tienen las organizaciones para ser socialmente responsables, diseñar propuestas de políticas, planes, programas y proyectos.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito proporcionará fondos nacionales o extranjeros, públicos o privados para proyectos de capacitación, ejecución de foros, seminarios y actividades relacionadas con la Responsabilidad Social. Además, con el fin de motivar una buena práctica de Responsabilidad Social, se generarán continuamente Informes de Responsabilidad Social, como herramienta de transparencia de la gestión de las organizaciones que desarrollan actividades en el Distrito; mencionado informe constituye un prerrequisito para optar por el “Reconocimiento a las Mejores Prácticas de

Responsabilidad Social” y para acceder a otros incentivos.

Las organizaciones podrá desarrollar buenas prácticas en Responsabilidad Social en distintas áreas como: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, naturaleza y medioambiente, prácticas operacionales justas, asuntos de consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad.

CAPITULO 4: ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1 METODOLOGÍA APLICADA

La distinción de los diferentes niveles de investigación depende de la intensidad con que el investigador aborde su trabajo, en este sentido, las investigaciones pueden ser:

40

- **Histórica:** indaga los objetos, los sucesos y acontecimientos en su proceso de nacimiento, desarrollo y muerte; en relación con las condiciones históricas concretas que los han engendrado. Establece las distintas etapas temporales y espaciales sucesivas mediante el análisis de la evolución cronológica o genética del problema.
- **Demostrativa:** es un procedimiento mediante el cual se fundamenta o se comprueba la validez de un conocimiento, de una hipótesis o de una tesis, mediante la presentación de razones concatenadas lógicamente o,

⁴⁰ A. GUTIERREZ M. (2003). *CURSO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO*. Ecuador: Serie Didáctica A.G. Pág. 32 – Clasificación de las investigaciones.

también mediante hechos concretos que ratifiquen determinadas afirmaciones.

- **Exploratoria:** Es una investigación preliminar mediante la cual se realiza la observación inmediata del área y de los elementos constitutivos del objeto que va a ser investigado. Permite identificar antecedentes del problema, temas poco estudiados y cuantificaciones de manera general. Las funciones específicas son: formular problemas, desarrollar hipótesis (no demostrar), aclarar conceptos, reunir información y familiarizar al investigador con el fenómeno que desea examinar.
- **Descriptiva:** la descripción ayuda a aprender las características externas del objeto de estudio a razón de profundizar el conocimiento, objetivo del problema, para la posible elaboración de leyes generales. La descripción puede referirse a personas, hechos, procesos y relaciones naturales y sociales en un tiempo determinado.

La metodología que se utiliza en la presente investigación es la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac⁴¹ Latinoamérica y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva para el grupo de PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito subsector C1070-C1080: Elaboración de Productos Alimenticios.

La investigación concluyente es un diseño de investigación cuyo objetivo principal es

⁴¹ Uniapac Latinoamericana, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral

facilitar la toma de decisiones al determinar, evaluar y seleccionar el mejor curso de acción ante una situación dada. En ella, se prueban las hipótesis específicas y se examina la relación entre las variables. Una hipótesis es la herramienta que orienta y delimita la investigación. Una investigación concluyente se caracteriza por proveer información definida puntualmente, el proceso de la investigación es formal y estructurado, la muestra es mayor porque debe representar a la población, y el análisis de los datos es cuantitativo. Los resultados que arroja este tipo de investigación son definitivos.

Como se señaló anteriormente en los niveles de investigación y añadiendo, la investigación descriptiva es un tipo de investigación concluyente que tiene como principal prioridad la descripción de las funciones y características del grupo de estudio. Los instrumentos más utilizados en esta investigación son: el análisis cuantitativo de información secundaria, encuestas, paneles y observaciones.⁴²

Contempladas las características de la investigación exploratoria y concluyente descriptiva, se utilizan estos tipos de investigación ya que el objetivo de este estudio es analizar e interpretar los datos hallados con el fin de establecer recomendaciones para el subsector estudiado.

⁴² Domínguez Stella. (2011). *Investigación de Mercados*. Agencia de Mercadeo para Pymes y Microempresas. p. 1.

4.1.1 Técnicas de recolección de información

Datos primarios.- Se originan con el propósito específico del estudio y atienden el problema planteado; pueden ser de naturaleza cualitativa y cuantitativa. Los datos cualitativos descriptivos a ser analizados se recopilan utilizando el cuestionario de manera directa, este será aplicado a la muestra que se determine para el subsector: el subsector C1070-C1080: Elaboración de Productos Alimenticios, localizadas en el Distrito Metropolitano de Quito.

El cuestionario aplicado a los empresarios, está conformado por 150 preguntas distribuidas en cuatro secciones, y que son las siguientes:

- Información general
- Ética y transparencia (Necesidades Trascendentales)
- Calidad de vida (Necesidades del Ser)
- Generación y distribución de la riqueza (Necesidades Materiales)

Datos secundarios.- Los datos recopilados para fines distintos de otros problemas planteados, provienen de fuentes internas y externas acerca del impacto ambiental de las PYMEs, normas internacionales para el desarrollo de la RSE, iniciativas para el desarrollo de la RSE en el Ecuador, ética empresarial, importancia del buen gobierno corporativo y su relación entre

empresa y stakeholders; y demás datos obtenidos que soporten al estudio en particular.

Las fuentes secundarias internas son documentos propios de la empresa o informes de RSE, memorias, iniciativas, normativas, códigos, manuales, entre otros; con el afán de contar con información válida para el análisis en el desarrollo de la investigación. De manera complementaria, pero no menos importante, se revisan artículos y publicaciones relacionadas con la actividad de la PYMEs de la Industria Manufacturera comprendidos en libros periódicos, revistas, papers, páginas de internet, estadísticas del INC, anuario 2010 de la Superintendencia de Compañías, así como de entidades públicas y privadas que ayuden al propósito de la presente investigación.

4.1.2 Población y Muestra

La población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, con el objeto de obtener el muestreo estadístico y poder establecer las conclusiones del estudio. La muestra es un subconjunto

fielmente representativo de la población a estudiar.⁴³

La población para esta investigación está definida por las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito incluidas en el CIU C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios, el cual está conformado por 60 empresas (entre pequeñas y medianas), válidas para ser encuestadas las empresas de este subsector se enlistan en el cuadro No. 12.

CUADRO No. 12

FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN

INFORMACIÓN	DATOS
Población	60
Rama actividad	Industria manufacturera
Rama sub actividad	C1070-C1080
Cobertura geográfica	DMQ
Año	2012

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Némesis Vargas

4.1.2.1 Tamaño de Muestra para proporciones y poblaciones finitas

Para obtener la muestra de la información se utiliza la técnica muestreo probabilístico aleatorio simple, de fácil comprensión de resultados

⁴³ R. JIMÉNEZ PANEQUE. (2010). *Problema científico, población y muestra*. Revisión de conceptos y ejemplo. Cuba: Cardiovasc. Sección Metodología de la Investigación. p. 1.

proyectados, para la investigación la muestra obtenida es de 37 PYMEs, sobre las cuales se realizará las encuestas para obtener datos actuales del sector.

Se aplica la siguiente fórmula muestral para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

CUADRO No. 13

NOMENCLATURA Y DESCRIPCIÓN DE LOS COMPONENTES DE LA FÓRMULA MUESTRAL PARA POBLACIONES FINITAS

NOMENCLATURA	DESCRIPCIÓN
N=	Total de empresas por CIU
	Nivel de Confianza
n=	Tamaño de la muestra
Z²=	Desviación estándar
p=	Probabilidad de éxito
e²=	límite de aceptación de error muestral

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Némesis Vargas.

CUADRO No. 14

**NOMENCLATURA Y VALORES DE LOS COMPONENTES DE
LA FÓRMULA MUESTRAL PARA POBLACIONES FINITAS**

NOMENCLATURA		VALOR
N=		60
Nivel de Confianza		95%
Z²=		1,96 ²
p=		0,5
e²=	5%	

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Némesis Vargas.

$$n = \frac{60 * (1,96^2) * 0,5 * (1 - 0,5)}{(60 - 1) * (0,10^2) + (1,96^2) * 0,5 * (1 - 0,5)}$$

CUADRO No. 15
CÁLCULO DE LA MUESTRA

C1070-C1080: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			
N	60		57,624
Z	1,96		1,5504
P	0,5	n=	37,1671827
E	0,10		
37 ENCUESTAS EFECTIVAS			
N = TOTAL DE POBLACION			
z = PROBABILIDADES DE AREA PARA LA DISTRIBUCION NORMAL ESTANDAR			
p = PROPORCION			
e = ERROR			

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Némesis Vargas.

Según la fórmula aplicada el tamaño de la muestra es de 37 empresas.

4.1.3 Trabajo de Campo

La encuesta utilizada en la investigación se basa en la propuesta UNIAPAC con el Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial, el documento se aplicó a los gerentes o representantes de las empresas que constan en la

muestra.

Para este propósito, se procedió a corroborar los datos (nombre de la empresa y el RUC) en la página web de la Superintendencia de Compañías para comprobar si pertenecían al CIU. Quince (15) empresas pertenecían a otra Sección que no comprendían a la Industria Manufacturera Sección C. Obteniendo lista la base de datos se procedió inicialmente a contactar a cada una de las empresas. El contacto fue por vía telefónica de manera de dar la presentación y el motivo de la llamada. El objetivo fue de corroborar los datos de la empresa y poder concertar la cita para la entrevista; la mayoría de empresas que fueron contactadas por este medio no podían conceder una cita de antemano por razones de que no se encontraba el gerente respectivo o un representante por lo que solicitaban llamar más tarde y en otros casos enviar vía email la carta de autorización para proceder a agendar la cita. Se procedió a llamar a tiempo posterior y los efectos fueron nulos, los mails que se enviaron no fueron respondidos. En vista de que la forma de concretar la cita por vía telefónica era inverosímil, se procedió a realizar la visita personalmente. En algunos casos la denominación de la empresa en la dirección establecida no correspondía a la base de datos proporcionada por la Superintendencia de Compañías y en otros casos no existían. Muchas empresas no se encontraban las personas respectivas que podrían proporcionar información a razón de que se encontraban de viaje y retornaban en cuatro meses y otras que no podían proporcionar información por falta de disponibilidad de tiempo. En resumen los

resultados obtenidos se pueden apreciar en el siguiente cuadro No 16:

CUADRO No. 16
RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS

DESCRIPCION	No. Cías.
No desea colaborar	14
No pertenecen al CIU C1070-C1080	15
No corresponde el teléfono/dirección	4
No existe	2
Empresas no contactadas	3
Citas obtenidas	21
TOTAL POBLACIÓN	60

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Némesis Vargas.

4.1.4 Tabulación de Datos

Los datos recopilados de la encuesta personal se tabularon y procesaron estadísticamente, utilizando el utilitario Microsoft Excel, los datos se muestran en cuadros comparativos con sus respectivas representaciones gráficas, lo que permite su interpretación y análisis, de modo que se llegue al diagnóstico del subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios.

4.1.5 Metodología UNIAPAC para las PYMEs

La metodología que se utilizará en la presente investigación es la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac⁴⁴ Latinoamérica y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito.

La metodología propuesta por el Protocolo de la RSE de UNIAPAC se basa en los 5 principios fundamentales de la Ética Social Integral: la dignidad humana, el bien común, el destino universal de los bienes, la subsidiaridad y la solidaridad; sostenidas por tres valores interrelacionados: libertad, justicia y la paz. Para consecución de dichos principios la UNIAPAC nos propone la participación que propende tomar parte en todo proceso en el que se vea uno implicado. La participación es el sexto pilar de la estructura de los principios universales y va más allá de la participación funcional e institucional, es decir, es un proceso gradual que trae como consecuencia un mayor desarrollo.

La responsabilidad de las acciones y las respuestas de la empresa serán siempre direccionadas ante los grupos de interés (stakeholders). Un hecho responsable

⁴⁴ Uniapac Latinoamericana, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral

que inhiere el bien del oyente y del que responde dirige su acción al respeto a la dignidad de toda la persona y a la necesidad de centrar en ésta todas las operaciones de la empresa. Los grupos relacionados no son considerados nada más como un grupo con intereses exclusivos y excluyentes, sino como personas con necesidad de los demás, lo cual involucra a toda la sociedad y obviamente al medio ambiente.

Para poder medir el grado de desarrollo en RSE de la empresa existen tres líneas estratégicas para implementarlo:

- Ética y transparencia (necesidades trascendentes).
- Calidad de vida (necesidades del ser).
- Generación y distribución de la riqueza (necesidades materiales).

Para definir estrategias exitosas es imprescindible conocer la realidad claramente. La herramienta de “AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD” propuesta por la UNIAPAC permite tener la idea inicial de la información y de la conciencia que el alto dirigente, el equipo directivo o el grupo cuestionado tengan. Permitiendo apreciar, valorar y concentrar frente a los stakeholders con la empresa. Los resultados del Autodiagnóstico de Sostenibilidad permitirá introducir en la Matriz de RSE centrada en la persona la cual nos indicará gráficamente cuáles son los aspectos que conforman como

fortaleza y en cuáles son las debilidades que pueden provocar el rechazo de algunos grupos relacionados y que si se descuidan de manera sistemática, pueden generar eventualmente la quiebra y cierre de la empresa.

Esta herramienta permite, analizar las áreas críticas y concluir ciertas ideas sobre la realidad de este subsector, de tal manera que se pueda proponer recomendaciones para la implementación de la RSE como modelo de gestión estratégica empresarial.⁴⁵

4.1.5.1 Matriz de sostenibilidad y congruencia

El Cuadro No. 17 muestra los valores máximos posibles a obtener en cada línea estratégica por cada stakeholder. Estos valores son referentes contra los que se comparan los resultados obtenidos por las empresas encuestadas.

⁴⁵ UNIAPAC. (2008). *La Rentabilidad De Los Valores. Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial - Una forma de gestión para empresas que perduran* -. México: Editorial de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México A.C. Págs.12-17

CUADRO No. 17

MATRIZ DE SOSTENIBILIDAD Y CONGRUENCIA

MÁXIMO PUNTOS

<div> <div>Líneas estratégicas</div> <div>Stakeholders</div> </div>	I. Ética y transparencia	II. Calidad de vida	III. Generación y distribución de la riqueza	TOTAL PUNTOS	ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD (Stakeholders) (poner "X" en donde corresponda)		
					Riesgo 0% a 50%	Inestable 51% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas	Max: 12	Max: 14	Max: 12	Max: 38			
b) Personas que integran la empresa	Max: 16	Max: 16	Max: 14	Max: 46			
c) Proveedores	Max: 12	Max: 12	Max: 14	Max: 38			
d) Distribuidores, clientes y consumidores	Max: 12	Max: 16	Max: 16	Max: 44			
e) Gobiernos	Max: 14	Max: 10	Max: 10	Max: 34			
f) Comunidad - sociedad	Max: 14	Max: 10	Max: 12	Max: 36			
g) Competencia	Max: 10	Max: 10	Max: 12	Max: 32			
h) Generaciones futuras	Max: 10	Max: 12	Max: 10	Max: 32			
TOTAL PUNTOS <small>Máximo 100 puntos por columna</small>	Max: 100	Max: 100	Max: 10	GRAN TOTAL MÁXIMO: 300	De 0 a 150	De 151 a 220	De 221 a 300
ÍNDICE DE CONGRUENCIA (Líneas Estratégicas) (poner "X" en donde corresponda)							
Bajo De 0 a 50							De 0 a 150
Mínimo De 51 a 75							De 151 a 220
Sólido De 76 a 100							De 221 a 300

Fuente: Protocolo de Responsabilidad Social UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas.

CAPÍTULO 5: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU

C1070-C1080: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

5.1 RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

5.1.1 Ética y transparencia

Según el Protocolo de la UNIAPAC, “son los principios y fundamentos éticos en que se basan cada uno de los aspectos concernientes a la operación de la empresa, su transparencia interna y externa, así como su cumplimiento legal”, es decir, se consideran principios al conjunto de valores, creencias, normas que orientan y regulan a la organización. Constituyen la base para el diseño y declaración de la visión, misión, objetivos y estrategias de la empresa manifestándose en la cultura, forma de pensar de los que conforman la empresa y conducirlos.

Los pilares referidos en la rentabilidad de los valores por la UNIAPAC para la estructuración de los principios, mencionados en el capítulo 4, en resumen

son: la dignidad humana, el bien común, destino universal de los bienes, subsidiaridad, solidaridad y la participación.

Cuando se habla de transparencia interna se comprende por ejemplo la actuación transparente en la contabilidad, finanzas, procedimientos internos y toma de decisiones en la empresa. La transparencia externa trata de cómo maneja la información la empresa con el exterior y las relaciones que mantiene. El sostén de toda acción de Responsabilidad Social Empresarial son las leyes y convenios internacionales que el país está sujeto y en las que las empresas se basan.⁴⁶

Una vez realizadas las encuestas a las 15 empresas del subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios (ver Anexo No. 1), en el cuadro No 18 se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los 8 stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al Protocolo de RSE de UNIAPAC.

A continuación se procede a analizar los resultados obtenidos en la línea estratégica “Ética y transparencia” del subsector:

⁴⁶ Cfr., CentraRSE. (2006).

[http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Los_7_Ejes_de_la_RSE.pdf]. *Los 7 Ejes de la RSE*. PDF p.1.

Al comparar los resultados obtenidos con el valor deseable propuesto por la metodología UNIAPAC y aceptada para el presente estudio, en el Cuadro No. 18, en cuanto a las respuestas obtenidas, en forma descendente, corresponde la primera ubicación “Los accionistas e inversionistas” con 9.29 puntos, seguido por “Distribuidores, clientes y consumidores” con 8.57 puntos, “Personas que integran la empresa” 8.20 puntos, “Gobierno” 8.05 puntos, “Proveedores” 8 puntos, “Competencia” 6.71 puntos, “Comunidad - sociedad” 6.05 puntos y “Generaciones futuras” con 4.43 puntos.

Las brechas más representativas para el Subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios es para el stakeholder “Comunidad-sociedad” con 7,95 puntos equivalente al 56,80 por ciento; seguido por “Generaciones futuras” (5,57 puntos) equivalente al 55.71 por ciento, seguido por “Personas que integran la empresa” (7,80 puntos) que equivale al 48.75 por ciento, después disminuye la brecha en “Gobierno” (5,95 puntos) que representa el 42.52 por ciento, seguidopor “Proveedores” (4,00 puntos) y “Competencia (3,29 puntos) que equivalen el 33.33 por ciento respectivamente, “Distribuidores, clientes y consumidores” (3,43 puntos) que representa el 28.57 por ciento y al final “Los accionistas e inversionistas (2,71 puntos) equivalente al 22.62 por ciento, es el grupo con menor brecha entre el real y el deseable.

CUADRO No. 18

LÍNEA ESTRATÉGICA: I ÉTICA Y TRANSPARENCIA

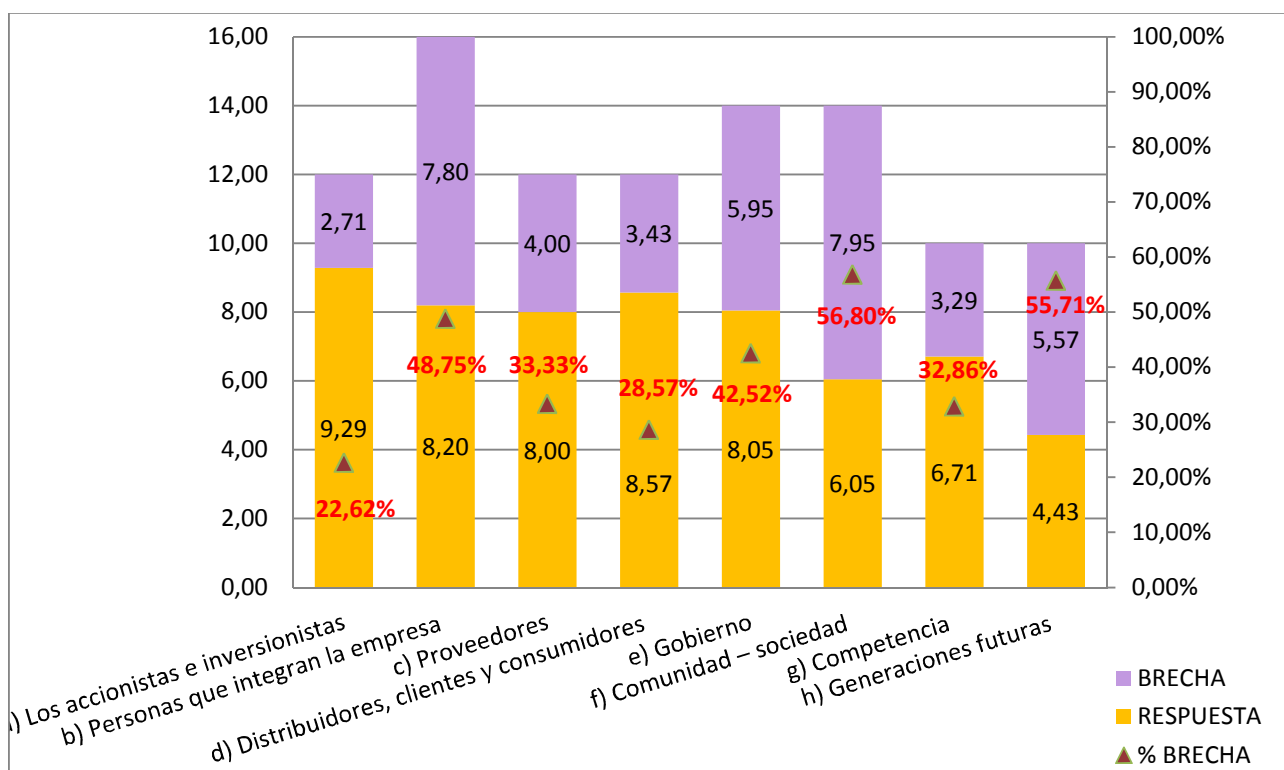
STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	% BRECHA
a) Los accionistas e inversionistas	9.29	12.00	2.71	22.62%
b) Personas que integran la empresa	8.20	16.00	7.80	48.75%
c) Proveedores	8.00	12.00	4.00	33.33%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8.57	12.00	3.43	28.57%
e) Gobierno	8.05	14.00	5.95	42.52%
f) Comunidad – sociedad	6.05	14.00	7.95	56.80%
g) Competencia	6.71	10.00	3.29	32.86%
h) Generaciones futuras	4.43	10.00	5.57	55.71%
TOTAL RESPUESTAS	59.30	100.00		

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

GRÁFICO No. 6

LÍNEA ESTRATÉGICA: I ÉTICA Y TRANSPARENCIA



Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

5.1.2 Calidad de vida

La calidad de vida se refiere a las políticas de Recursos Humanos que inciden directamente a los empleados, tales como corresponden a sueldos y salarios, beneficios sociales, comisiones, carrera administrativa, diversidad, balance trabajo tiempo libre, flexibilidad de horarios, salud y bienestar, seguridad laboral, cuidado a sus dependientes y beneficios domésticos. Además, la elaboración de políticas de Recursos Humanos deben reflejar respeto a las necesidades de todos los trabajadores de acuerdo al objetivo de la empresa, se deben enfocar a la generación de oportunidades equitativas y no discriminatorias en el lugar de trabajo. Actualmente tanto consumidores como inversionistas requieren obligatoriamente ambientes laborales justos, productivos y potenciadores.⁴⁷

En cuanto a las respuestas obtenidas, en el Cuadro N° 19 en forma descendente, corresponde la primera ubicación a “Distribuidores, clientes y consumidores” con 12.48 puntos, seguido por “Personas que integran la empresa” 10.14 puntos, “Proveedores” 8.90 puntos, “Los accionistas e inversionistas” con 8.76 puntos, “Generaciones futuras” 7.14 puntos, “Competencia” 6.24 puntos, “Gobierno” 4.33 puntos, y “Comunidad - sociedad” con 2.33 puntos.

⁴⁷ Cfr, Acción RSE. (2006). [<http://www.accionrse.cl/app01/home/calidadLaboral.html>]. *Calidad de Vida Laboral*.

El stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” se encuentra en primer lugar de esta categoría con una respuesta de 12,48 puntos equivalente a 20,68 por ciento; en segundo lugar se ubica “Personas que integran la empresa” (10,14 puntos) que representa el 16,81; “Proveedores” (8,90 puntos) que equivalen al 14,76; después se encuentra “Los accionistas e inversionistas” (8,76 puntos) que representa 14,52; “Generaciones futuras” (7,14 puntos) obtiene 11,84, le sigue “Competencia” (6,24 puntos) correspondientes al 10,34; en penúltimo lugar “Gobierno” (4,33 puntos) representan el 7,18 y finalmente el stakeholder “Comunidad - sociedad” con 2,33 puntos equivalentes al 3,87 por ciento.

Al comparar los resultados obtenidos con el valor deseable propuesto por la metodología UNIAPAC en el Gráfico No. 7, se observa que la brecha más representativa para el Subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios es para el stakeholder “Comunidad - sociedad” con 7,67 puntos, equivalente al 76.67 por ciento; le sigue “Gobierno” (5,67 puntos) que representa el 56.67 por ciento, después “Generaciones futuras” (4,86 puntos), equivalente al 40.48 por ciento, “Competencia” (3,76 puntos), equivalente al 37.62 por ciento, “Los accionistas e inversionistas” (5,24 puntos), equivalente al 37.41 por ciento seguido por “Personas que integran la empresa” (5,86 puntos), que representa el 36.61 por ciento respectivamente, seguido por

“Proveedores” (3,10 puntos), equivalente al 25.79 por ciento y por último “Distribuidores, clientes y consumidores” (3,52 puntos) equivalente al 22.02 por ciento, este stakeholder es el de menor brecha entre el real y el deseable.

CUADRO No 19

LÍNEA ESTRATÉGICA: II CALIDAD DE VIDA

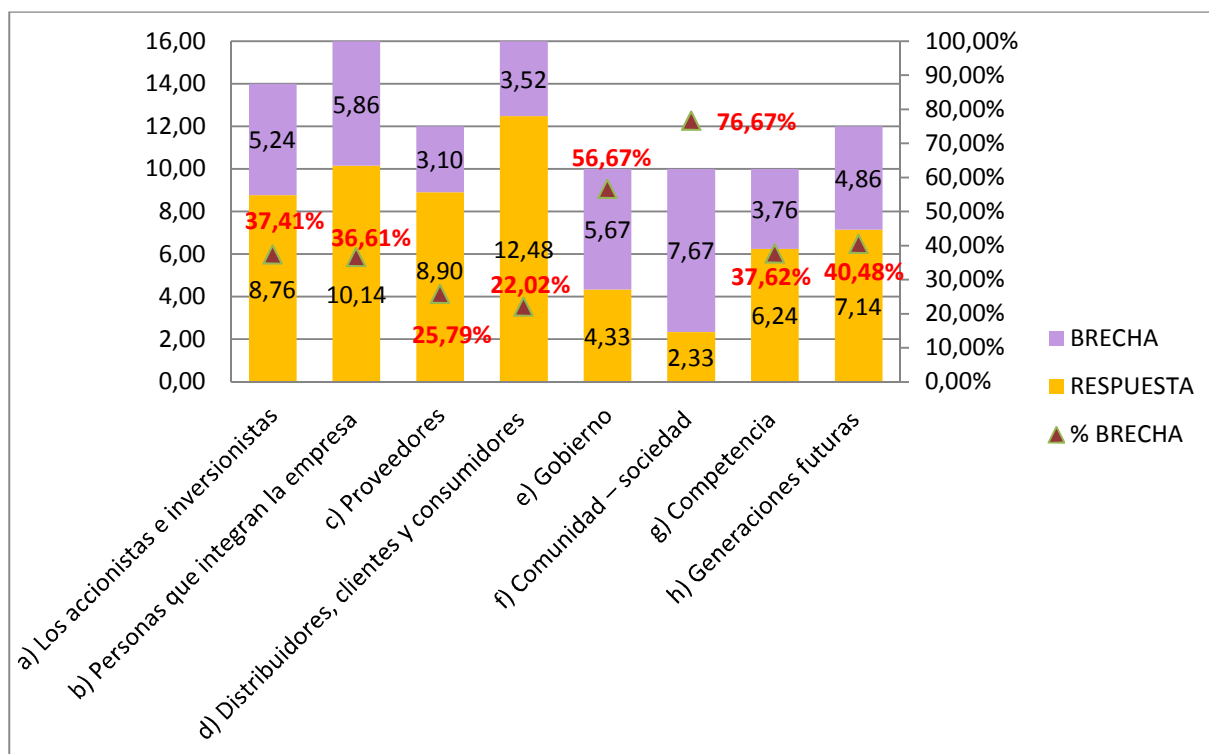
STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	% BRECHA
a) Los accionistas e inversionistas	8.76	14	5.24	37.41%
b) Personas que integran la empresa	10.14	16	5.86	36.61%
c) Proveedores	8.90	12	3.10	25.79%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	12.48	16	3.52	22.02%
e) Gobierno	4.33	10	5.67	56.67%
f) Comunidad – sociedad	2.33	10	7.67	76.67%
g) Competencia	6.24	10	3.76	37.62%
h) Generaciones futuras	7.14	12	4.86	40.48%
TOTAL RESPUESTAS	60.33	100.00		

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

GRÁFICO No. 7

LÍNEA ESTRATÉGICA: II CALIDAD DE VIDA



Fuente: Cuestionario UNIAPAC; Elaborado por: Némesis Vargas

5.1.3 Generación y distribución de la riqueza

Uno de los enfoques que debe tener la empresa es la capacidad para servir al bien común, es decir, estar destinada la compañía a ampliar la capacidad de generar riqueza y distribuirla con justicia a través de la identificación y satisfacción de necesidades, inversiones y creación de fuentes de empleo.⁴⁸

En cuanto a las respuestas obtenidas y representadas en el Cuadro N° 19, en forma descendente, corresponde la primera ubicación a “Distribuidores, clientes y consumidores” con 10.90 puntos, seguido por “Competencia” 8.76 puntos, “Los accionistas e inversionistas” con 8.29 puntos, “Personas que integran la empresa” 7.52 puntos, “Generaciones futuras” 7.14 puntos, “Proveedores” 7.10 puntos, “Gobierno” 6.71 puntos y “Comunidad - sociedad” con 3.24 puntos.

El stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” se encuentra en primer lugar con un resultado de 10,90 puntos equivalentes a 18,28 por ciento; en segundo lugar se encuentra “Competencia” (8,76 puntos) que representa el 14,68; le sigue “Los accionistas e inversionistas” (8,29 puntos) que equivalen

⁴⁸ Cfr, S. Albes Dios. (S/A). **Análisis de la Responsabilidad Social de Empresas Españolas a Partir de la Distribución del Valor Añadido.** p. 6

al 13,89; después se encuentra “Personas que integran la empresa” (7,52 puntos) que representa 11,89; “Generaciones futuras” (7,14 puntos) obtiene 11,97, “Proveedores” (7,10 puntos) correspondientes al 11,89; en penúltimo lugar “Gobierno” (6,71 puntos) que representa el 11.25 y finalmente “Comunidad - sociedad” se ubica en último lugar con 3,24 puntos equivalentes al 5,43 por ciento.

Al comparar los resultados obtenidos con el valor deseable propuesto por la metodología UNIAPAC en el Gráfico No. 8, se observa que la brecha más representativa para el Subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios es para el stakeholder “Comunidad - sociedad” (8,76 puntos), equivalente al 73.02 por ciento; seguido por “Proveedores” (6,90 puntos), representa el 49.32 por ciento, “Personas que integran la empresa” (6,48 puntos), equivale al 46.26 por ciento, “Gobierno” (3,29 puntos), equivale al 32.86 por ciento, “Distribuidores, clientes y consumidores” (5,10 puntos), representa el 31.85 por ciento, “Los accionistas e inversionistas” (3,71 puntos), equivalente al 30.95 por ciento, seguido por “Generaciones futuras” (2,86 puntos), que representa el 28.57 por ciento y finalmente por “Competencia” (3,24 puntos), equivalente al 26.98 por ciento, es el stakeholder con menor brecha entre el real y el deseable.

CUADRO No. 20

LÍNEA ESTRATÉGICA: III GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA

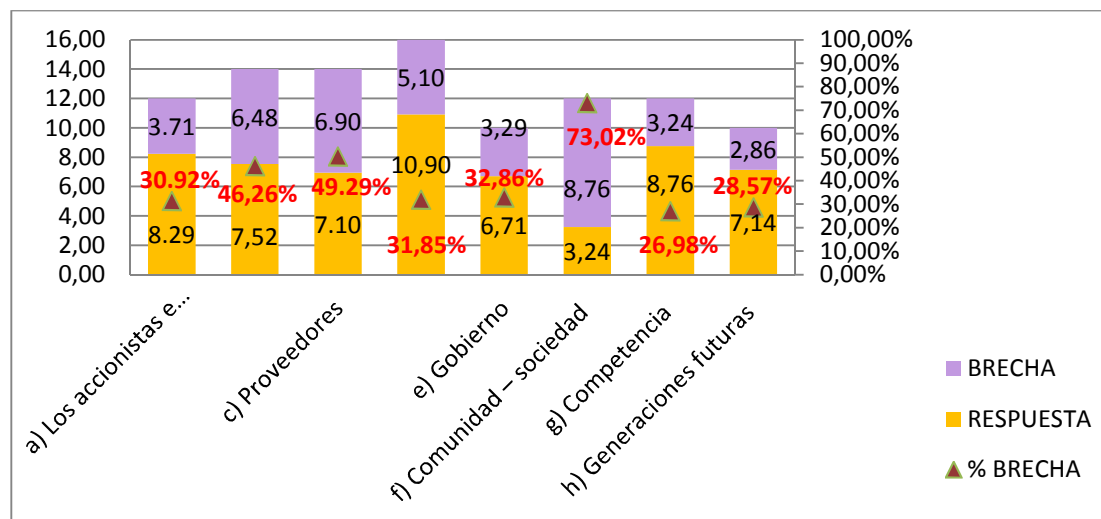
STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	% BRECHA
a) Los accionistas e inversionistas	8.29	12	3.71	30.92%
b) Personas que integran la empresa	7.52	14	6.48	46.26%
c) Proveedores	7.10	14	6.90	49.29%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	10.90	16	5.10	31.85%
e) Gobierno	6.71	10	3.29	32.86%
f) Comunidad – sociedad	3.24	12	8.76	73.02%
g) Competencia	8.76	12	3.24	26.98%
h) Generaciones futuras	7.14	10	2.86	28.57%
TOTAL RESPUESTAS	59.67	100		

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

GRÁFICO No. 8

LÍNEA ESTRATÉGICA: III GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA



Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

5.2 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Las empresas, a lo largo de la historia, se han detenido a examinar los problemas en los que recaen y que han visto la necesidad de tomarlas en cuenta para la solución y subsistencia. Una de ellas es el desarrollo sostenible y la relación con los stakeholders, importancia que se detalla en el capítulo 2 en el apartado 2.1.5.2. Desarrollo Sostenible. Por otro lado, el tema de stakeholders ha generado el centro de existencia de las empresas y se han desarrollado bajo distintas teorías señaladas en el punto 2.2.1. Grupos de Interés, siendo el más cercano a las necesidades actuales empresariales la teoría de Freeman determinando a los stakeholders como actores e intereses primarios y secundarios de la misma.

Los resultados obtenidos y presentados en el cuadro No 21, muestran que la sostenibilidad de la Responsabilidad Social en el subsector C1070 – C1080: Elaboración de productos alimenticios, medido como el nivel de gestión realizado por la empresa respecto a la atención de los grupos con los que se relaciona se encuentran en la señalización amarilla, la cual nos muestra que, las empresas PYMEs del subsector han iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable y existen áreas de riesgo importante. Por otro lado, existe un alto riesgo en

“Comunidad y sociedad” misma que representa la falta de integración de la empresa con la comunidad.

CUADRO No. 21

RESUMEN DE RESULTADOS DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD

AÑO 2011

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	MÁXIMO PUNTOS	PORCENTAJE	ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
							Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas	9.29	8.76	8.24	26.29	38.00	69.17%		X	
b) Personas que integran la empresa	8.20	10.14	7.52	25.87	46.00	56.23%		X	
c) Proveedores	8.00	8.90	6.95	23.86	38.00	62.78%		X	
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8.57	12.48	10.90	31.95	44.00	72.62%		X	
e) Gobiernos	8.05	4.33	6.71	19.10	34.00	56.16%		X	
f) Comunidad - sociedad	6.05	2.33	3.24	11.62	36.00	32.28%	X		
g) Competencia	6.71	6.24	8.76	21.71	32.00	67.86%		X	
h) Generaciones futuras	4.43	7.14	7.14	18.71	32.00	58.48%		X	
TOTAL PUNTOS <small>Máximo 100 puntos por columna</small>	59.30	60.33	59.48	179.10			De 0 a 150 11.62	De 151 a 220 167.49	De 221 a 300 0.00
MÁXIMO PUNTOS	100.00	100.00	100.00						
PORCENTAJE	59.30%	60.33%	59.48%						

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

Según el Cuadro No. 22 Resumen de Resultados - Índice de Sostenibilidad y Gráfico No. 9, el stakeholder que se encuentra en rojo, es decir, el cumplimiento es mínimo es el grupo de interés “Comunidad – sociedad”, 11.62 puntos equivalente al 32.28 por ciento.

Los stakeholders que según el índice de sostenibilidad esta inestable son: “Los accionistas e inversionistas” con 69.17 por ciento, seguidos por “Personas que integran la empresa”, 56.23 por ciento; “Proveedores”, 62.78 por ciento; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 72.62 por ciento, “Gobierno” con 56.16 por ciento; “Competencia” con 67.86 por ciento; y “Generaciones futuras” con 58.48 puntos.

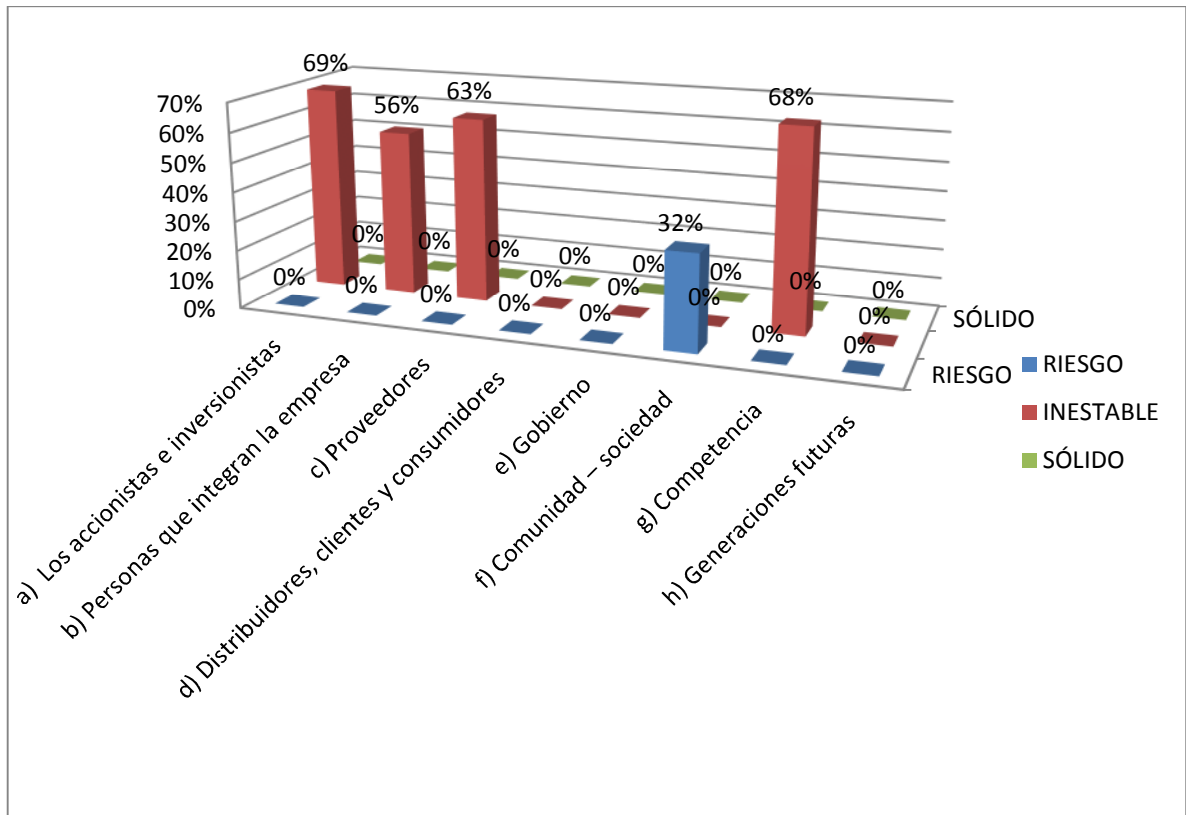
No existen stakeholders que mantengan una gestión sólida y sostenible en el según el índice de sostenibilidad.

CUADRO No. 22
RESUMEN ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD
AÑO 2011

ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD	Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Los accionistas e inversionistas	32.28%	69.17%	
b) Personas que integran la empresa		56.23%	
c) Proveedores		62.78%	
d) Distribuidores, clientes y consumidores		72.62%	
e) Gobierno		56.16%	
f) Comunidad – sociedad			
g) Competencia		67.86%	
h) Generaciones futuras		58.48%	
TOTAL PUNTOS	De 0 a 150 11.62	De 151 a 220 167.49	De 221 a 300 0.00

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Némesis Vargas

GRÁFICO No. 9
RESUMEN ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD
AÑO 2011



Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Némesis Vargas

5.3 ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Se puede apreciar según el cuadro No 23 y gráfico No 10 del Índice de Congruencia – Resumen de Resultados, que, las líneas estratégicas Ética y transparencia, Calidad de vida y Generaciones y distribución de la riqueza, se encuentran en el mínimo cumplimiento de objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial, es decir, ha iniciado acciones responsables pero que existen áreas de riesgo importante.

En la línea estratégica Ética y transparencia, los stakeholders aportan con 59.30 por ciento a mencionada línea estratégica, siendo el grupo de interés que más aporta a “Los accionistas e inversionistas” con 9.29 puntos, seguido por “Distribuidores, clientes y consumidores”, 8.57; “Personas que integran la empresa”, 8.20; “Gobiernos”, 8.05; “Proveedores”, 8.00; “Competencia”, 6.71; “Comunidad – Sociedad”, 6.05; y “Generaciones futuras” con 4.43 puntos.

En segundo lugar se encuentra la línea estratégica Generación y distribución de la riqueza con el 59.67 por ciento; siendo los stakeholders que aportan a mencionada línea estratégica, el grupo de interés que más aporta a “Distribuidores, clientes y consumidores” con 10.90 puntos, seguidos por “Competencia” con 8.76; “Los accionistas e inversionistas” con 8.29; “Personas que integran la empresa”, 7.52;

“Generaciones futuras”; 7.14; “Proveedores”; 7.10; “Gobiernos”; 6.71 y “Comunidad – Sociedad”; 3.24 puntos.

En tercer lugar se encuentra la línea estratégica Calidad de vida con el 60.33 por ciento, los stakeholders que aportan a la mencionada línea estratégica, siendo el grupo de interés que más aporta “Distribuidores, clientes y consumidores” con 12.48 puntos, seguidos por “Personas que integran la empresa”, 10.14; “Proveedores”, 8.90; “Los accionistas e inversionistas” con 8.76; “Generaciones futuras”, 7.14; “Competencia”, 6.24; “Gobiernos”, 4.33; y “Comunidad – sociedad” con 2.33 puntos.

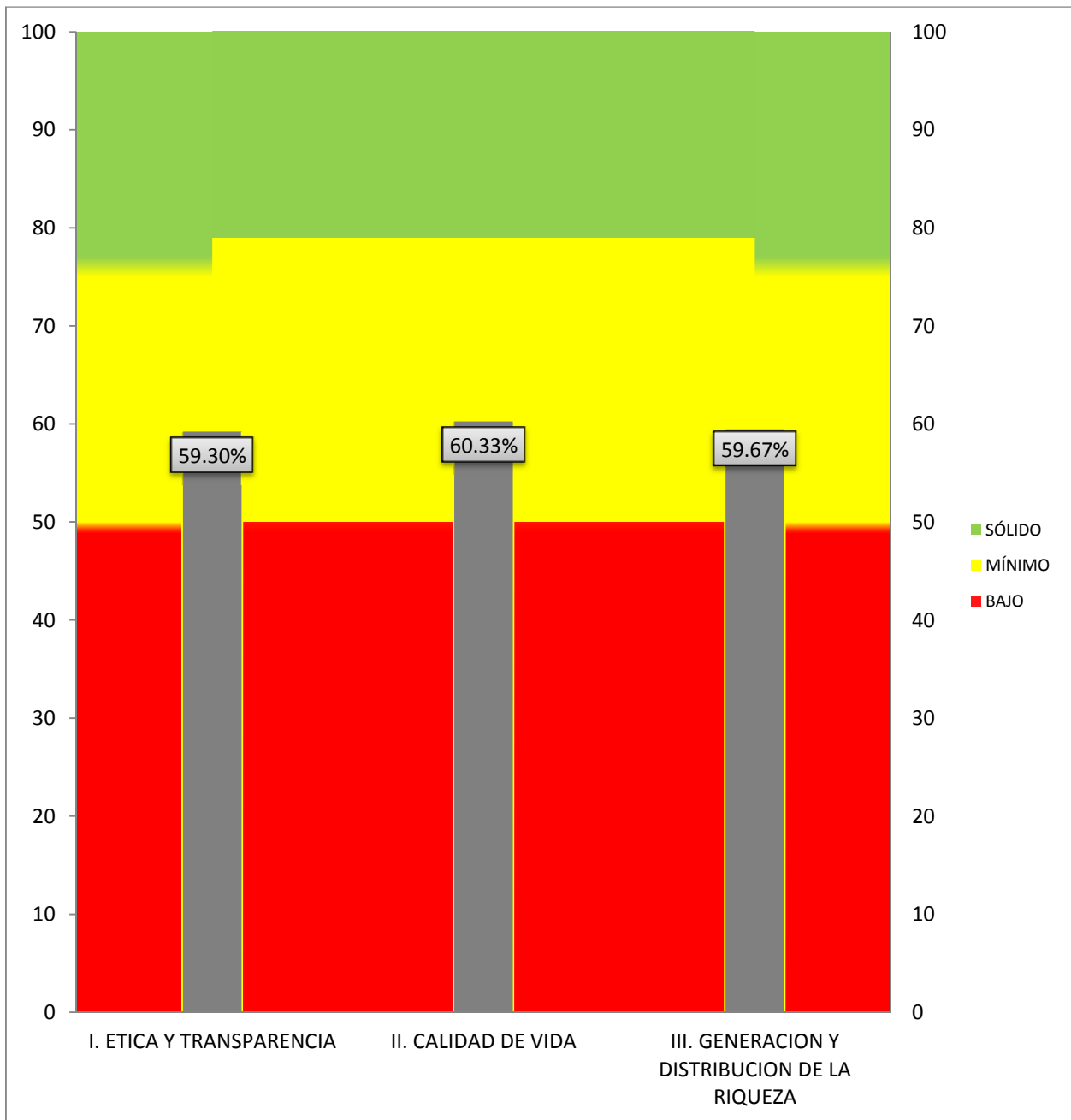
CUADRO No. 23
ÍNDICE DE CONGRUENCIA
RESUMEN DE RESULTADOS
AÑO 2011

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
					Riesgo 0 a 20	Inestable 21 a 28	Sólido 29 a 46
a) Accionistas e inversionistas	9,29	8,76	8,29	26,33		X	
b) Personas que integran la empresa	8,20	10,14	7,52	25,87		X	
c) Proveedores	8,00	8,90	7,10	24,00		X	
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8,57	12,48	10,90	31,95			X
e) Gobiernos	8,05	4,33	6,71	19,10	X		
f) Comunidad - sociedad	6,05	2,33	3,24	11,62	X		
g) Competencia	6,71	6,24	8,76	21,71		X	
h) Generaciones futuras	4,43	7,14	7,14	18,71	X		
TOTAL PUNTOS <small>Máximo 100 puntos por columna</small>	59,30	60,33	59,67	179,30	De 0 a 150 49,43	De 151 a 220 97,91	De 221 a 300 31,95
INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)							
Bajo De 0 a 50				De 0 a 150			
Mínimo De 51 a 75	X	X	X	De 151 a 220 179,30			
Sólido De 76 a 100				De 221 a 300			

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

GRÁFICO No. 10
RESUMEN ÍNDICE DE CONGRUENCIA



Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Némesis Vargas

5.4 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL

Para calificar el Índice de Sostenibilidad Global, se toma en cuenta los resultados del índice de congruencia de Responsabilidad Social de las PYMEs del subsector CIIU C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios en las relaciones con sus stakeholders que satisfagan sus expectativas.

Según el cuadro No. 24 se tomará en cuenta los criterios de la metodología utilizada de la UNIAPAC que reflejan el grado de solidez y sostenibilidad de la empresa.

CUADRO No. 24
GRADO DE SOLIDEZ Y SOSTENIBILIDAD DE LA EMPRESA

Verde	Tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo.
Amarillo	Ha iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable. Existen áreas de riesgo importante.
Rojo	Cumplimiento mínimo: cuidado, puede haber grupos relacionados que rechacen activamente a su empresa.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

Al semaforizar para reflejar el Índice de Sostenibilidad Global que nos permite calificar de la gestión de responsabilidad social del subsector estudiado se observa que los resultados de las tres líneas estratégicas: I. Ética y transparencia, II. Calidad de

vida; y, II Generación y distribución de la riqueza, es mínima es decir, las PYMEs han emprendido medianamente acciones de responsabilidad social aunque existen áreas de riesgo importantes que deben ser tomadas en cuenta.

CAPITULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL SUBSECTOR C1070-C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

De la interpretación de los datos obtenidos, se puede concluir que para la respuesta "Si", en cuanto a I. Ética y transparencia corresponde a 41 por ciento, II. Calidad de vida 32 por ciento y III. Generación y distribución de la riqueza 31 por ciento; en todas las líneas estratégicas esta respuesta tiene puntaje mayor a la respuesta "No".

De la interpretación de los datos obtenidos, se puede concluir que para la respuesta "Parcialmente", en cuanto a I. Ética y transparencia corresponde a 42 por ciento, II. Calidad de vida 56 por ciento y III. Generación y distribución de la riqueza 57 por ciento; como se observa para todas las líneas estratégicas las puntuaciones son las mayores, esto se justifica debido a las características propias del subsector C27, descritas en el apartado 3.1.

De la interpretación de los datos obtenidos, se puede concluir que para la respuesta

"No", en cuanto a I. Ética y transparencia corresponde a 17 por ciento, II. Calidad de vida 12 por ciento y III. Generación y distribución de la riqueza 12 por ciento; respecto de esta respuesta se puede observar que en todas las líneas estratégicas el puntaje es el menor.

Los datos demuestran que los esfuerzos y gestión de los empresarios se han reflejado con el cumplimiento de sus responsabilidades empresariales frente a sus stakeholders al 57 por ciento en la responsabilidad de Generación y distribución de la riqueza. En cuanto a calidad de vida los empresarios aceptan sus responsabilidades empresariales con respecto a los grupos de interés con el 56 por ciento y frente a ética y transparencia en base a distintos factores no se ha logrado aún la satisfacción de necesidades de los stakeholders

CUADRO No 24

VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

SUBSECTOR C1070-C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

AÑO 2012

Respuesta	Ética y transparencia		Calidad de vida		Distribución de la riqueza	
	No	Porcentaje	No	Porcentaje	No	Porcentaje
No	179	17%	124	12%	126	12%
Parcialmente	441	42%	585	56%	595	57%
Sí	430	41%	341	32%	329	31%
Total	1050	100%	1050	100%	1050	100%

Fuente: Tabulación de Respuestas – Validación de la Información Empresas Encuestadas Subsector C1070-C1080 Elaboración de Productos Alimenticios. Año 2012.

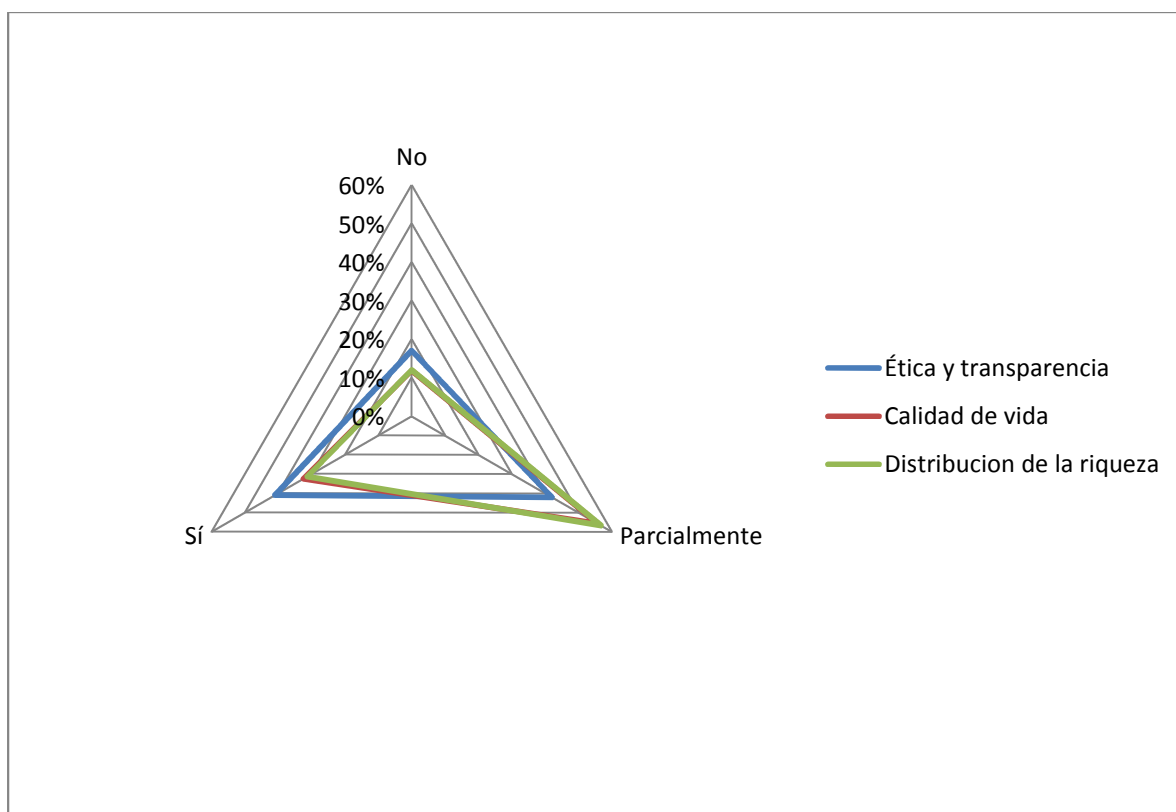
Elaborado por: Némesis Vargas.

GRÁFICO No. 11

VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

SUBSECTOR C1070-C1080 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

AÑO 2012



Fuente: Validación de la Información Empresas Encuestadas Subsector C1070-C1080 Elaboración de Productos Alimenticios. Año 2012.

Elaborado por: Némesis Vargas.

6.2 DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

6.2.1 Ética y transparencia

Al comparar los resultados obtenidos con el valor deseable propuesto por la UNIAPAC, se puede apreciar que el stakeholder “Comunidad – Sociedad” es el que posee la brecha más representativa de la línea estratégica Ética y transparencia del subsector con 56.80 por ciento. La brecha representa la falta de integración y de desarrollo de programas cívicos para el incentivo de una responsabilidad social en el Distrito Metropolitano de Quito. Además no existe: un diseño de un balance social para difundir ante el grupo de interés y mecanismos de información y retroalimentación hacia y desde el stakeholder sobre responsabilidad social empresarial.

Seguido por “Generaciones futuras” con 55.71 por ciento. Se debe a la falta de programas tanto internos como externos para la protección del medio ambiente. Además, las empresas no poseen un plan de reducción de impacto ambiental operativo ni un informe donde se incluya el diagnóstico del impacto ambiental que la Compañía causa con sus operaciones.

En tercer lugar se encuentra “Personas que integran la empresa” con 48.75 por ciento. Los colaboradores de la organización no forman parte en la planeación estratégica, además existe desinformación acerca de la razón de ser de la empresa (misión y visión), código de conducta y su aplicación.

Por otro lado tenemos al stakeholder “Gobierno” con 42.52 por ciento. Se debe especialmente a la no participación de los colaboradores de la organización en los respectivos programas instaurados por el gobierno para el desarrollo y acción social en el DMQ.

“Proveedores” con 33.33 por ciento. En lo que respecta a la relación y contratos con los proveedores, las empresas no cuentan con programas de difusión de valores y principios para los proveedores y no incluyen en el Balance Social a sus proveedores.

“Competencia” con 32.86 por ciento. Confiere a la competencia desleal con empresas que ofrecen productos similares y que por ganar mercado se despreocupan por la calidad del producto y desacreditación del competidor. Además, en el código de conducta no se incluye a este stakeholder.

“Distribuidores, clientes y consumidores” con 28.57 por ciento. Se debe en especial a la no incorporación del Balance Social a este grupo, no comunican los principios y valores a través de sus productos y servicios a distribuidores, clientes y consumidores y no se incorpora un acápite, en el código de conducta, acerca de este grupo de interés.

“Los accionistas e inversionistas con 22,62 por ciento, es el grupo con menor brecha entre el real y el deseable. Se debe a la información privilegiada de asuntos que beneficia a unos accionistas e inversionistas.

6.2.2 Calidad de vida

Se puede apreciar que el stakeholder “Comunidad – sociedad” es el que posee la brecha más representativa en la línea estratégica Calidad de vida del subsector con 76.67 por ciento. La brecha representa la falta de un informe y de mecanismos de evaluación que midan el impacto de la participación de la empresa en ámbitos sociales y gremiales. La mayoría de empresas no participan en asociaciones del sector para promover agendas en función del Bien Común.

Seguido por “Gobierno” con 56.67 por ciento. Se debe a la no motivación en la participación de la elaboración de proyectos destinados al desarrollo local, participación en la elaboración de políticas públicas a nivel nacional, provincial o local en función del Bien Común y la inexistencia, en la mayoría de los casos, de programas o eventos que permitan a todos los grupos de interés concientizarse de la importancia que radica de la participación en lo político y social como parte del desarrollo integral de las personas y las comunidades.

Por otro lado tenemos al stakeholder “Generaciones futuras” con 40.86 por ciento. Se debe a la falta de estructuración e implementación en sus políticas empresariales del reconocimiento de sus impactos negativos de sus operaciones en las generaciones futuras. Además, escasos empresarios han establecido procedimientos para el adecuado manejo de residuos y desperdicios provenientes de sus operaciones.

“Competencia” con 37.62 por ciento. Se sustenta por la falta de confianza por parte del stakeholder hacia la empresa para entablar un diálogo, además, los empresarios escasamente han implementado, con la competencia, acciones a favor de la comunidad en el que se localizan.

“Los accionistas e inversionistas” con 37,41 por ciento. En este grupo de interés, en su mayoría de empresarios, no cuenta con una estructura de Gobierno Corporativo documentada, que dé certidumbre y amplia participación en las decisiones de la organización a los accionistas e inversionistas. Por otro lado, no se ha entablado un diálogo con este grupo de interés para involucrarlos y comprometerlos en el proceso de Responsabilidad Social Empresarial.

“Personas que integran la empresa” con 36.61 por ciento. La mayoría de empresarios no realizan evaluaciones de ambiente laboral y establecen acciones de mejora con base en los resultados. Además, no cuentan con esquemas que

promuevan la participación de sus colaboradores en la gestión de la empresa, y escasamente se reconoce las iniciativas de los empleados. En los procesos de perfiles de puestos, reclutamiento, selección, contratación, capacitación y evaluación del personal, en su mayoría, no se encuentran documentados.

“Proveedores” con 25.79 por ciento. Comprende a que los empresarios parcialmente han establecido y documentado mecanismos precisos para la conciliación de diferendos con sus proveedores.

“Distribuidores, clientes y consumidores” con 22.02 por ciento. Se debe en especial a que los clientes parcialmente reciben los productos y servicios prometidos por las empresas, pocos empresarios cuentan con reglas puntuales para un trato respetuoso con sus clientes consumidores y distribuidores. Además, medianamente utilizan insumos que cumplan las normas de calidad obligatorias en la fabricación de sus productos y servicios.

6.2.3 Generación y distribución de la riqueza

El stakeholder “Comunidad – sociedad” es el grupo de interés que mantiene la brecha más representativa en la línea estratégica Generación y distribución de la Riqueza del subsector con 73.02 por ciento. La brecha se debe a que los

empresarios no realizan censos del impacto social y cultural que se genera alrededor de su actividad; parcialmente existen empresas que generan programas que involucren el desarrollo de la comunidad.

“Proveedores” con 50.34 por ciento. Evidencia a que los empresarios escasamente realizan censos del impacto en empleo que se genera alrededor de sus respectivas actividades. Parcialmente retribuyen a los proveedores según lo acordado tanto en tiempo y forma y, existen pocos casos que implanten mecanismos que le permita a la empresa conocer como le evalúa el proveedor.

Seguido por “Personas que integran la empresa” con 46.26 por ciento. En su mayoría no han realizado un censo que exponga las necesidades materiales y psicológicas de los colaboradores, no cuentan con condiciones y ambiente laboral que respeten la dignidad de la persona y muy pocos empresarios mantienen un Balanced Scorecard con indicadores sobre el avance en la satisfacción de las necesidades de sus colaboradores.

Por otro lado tenemos al stakeholder “Gobierno” con 32.86 por ciento. Se debe a la falta de planteamiento, aplicación y documentación de una política de no evasión fiscal.

“Distribuidores, clientes y consumidores” con 31.85 por ciento. Se debe en especial a que pocos empresarios cuentan con mecanismos documentados de negociación justa y equilibrada con sus distribuidores, y que tienen impacto directo en beneficio de los clientes y consumidores finales. Además, parcialmente existen empresas que mantienen políticas que evita, prohíben e impiden el uso de pagos indebidos o beneficios implícitos para concretar ventas.

“Los accionistas e inversionistas” con 31.35 por ciento. En este grupo de interés, empresarios parcialmente cuentan con mecanismos documentados, de negociación equilibrada de participación de la riqueza que beneficien a todos los grupos relacionados. Por otro lado, medianamente han propuesto las empresas ante sus accionistas e inversionistas mecanismos de compensación en la distribución de las utilidades/beneficios entre los colaboradores.

“Generaciones futuras” con 28.57 por ciento. Se debe a que no todos los empresarios diseñan procesos, productos y servicios que no afecten al medio ambiente. Por otro lado, parcialmente cuentan con un programa de inversión para reciclaje.

“Competencia” con 26.98 por ciento. Se sustenta por la inexistencia de mecanismos que permitan a los empresarios conocer cómo lo evalúa la competencia, además, parcialmente aplican políticas de política justa.

Se concluye que, la relación de los empresarios con la comunidad es escasa por cuanto, no existe una planeación, diseño y ejecución de programas de Responsabilidad Social Empresarial respecto a la comunidad, tampoco han incorporado un balance social que de cuenta de los resultados obtenidos de prácticas responsables, tampoco se evidencia gestión de mecanismos de evaluación en participación de eventos comunitarios y censos que demuestren el impacto de la empresa causado por sus actividades en la sociedad. Esto se debe a que los empresarios mantienen políticas y procedimientos que se relacionan estrictamente con el crecimiento y beneficio solo institucional sin tomar en cuenta los impactos sociales que sus operaciones ocasionan a la comunidad donde se encuentran asentadas así como los impactos de sus actividades que generan. Aún se mantiene el modelo de empresas tradicionales que se ven inmersos en el crecimiento solo organizacional con poco conocimiento de las tendencias de sostenibilidad y la necesaria relación con la comunidad como un factor de crecimiento externo para la misma.

Por otro lado, en el mayor de los casos, los empresarios concuerdan que los colaboradores (empleados) no son partícipes de la planeación estratégica, además existe desinformación de lo que es en sí la compañía. Escasamente existen mecanismos que evalúan el ambiente laboral, necesidades materiales y psicológicas de los colaboradores. Esto se debe a que no se mantiene una cultura

laboral en el cual se considere al colaborador como un cliente interno de la organización y que constituye un factor decisivo en la toma de decisiones ya que es el motor de las operaciones de la actividad económica de la empresa. Un empleado satisfecho realizará sus labores con eficiencia y eficacia, tomando en cuenta todos los factores que ligan a su satisfacción como son: motivación, ser tomado en cuenta en la planeación estratégica de la compañía, un ambiente laboral de equipo, atención a sus necesidades y conformidad de materiales y psicológicas, comprensión y ayuda de sus problemas que puedan afectar a su desempeño, ser tomado como un talento más no como un recurso, entre otras. Muchas de las veces se creen que el diseño de planes organizacionales compete estrictamente a los directivos y responsables de la misma sin tener en cuenta que una opinión de un empleado es como tener una opinión del consumidor.

Los empresarios concuerdan que no existe una participación en programas instaurados por el gobierno para el incentivo de la Responsabilidad Social Empresarial, no hay motivación en la participación en proyectos como son de desarrollo local y una falta de aplicación y documentación de política de no evasión fiscal. Esto se debe a la falta de conocimiento y despreocupación de los empresarios hacia las ordenanzas y proyectos presentados por el gobierno que incentiva al desarrollo de la responsabilidad social empresarial. Es de obligación de cada uno el acatar las disposiciones y ser responsable consigo mismos, la evasión de impuestos va en contra de la ética empresarial y aún más de la

profesional. Se ha mantenido la cultura de evasión por facilismo y codicia perjudicando a la comunidad en sí.

En algunas empresas mantienen el diseño y planteamiento de políticas y programas para la protección del medio ambiente, además de un diagnóstico el impacto proveniente de sus operaciones empresariales y del diseño de procesos de bienes y servicios que no dañen la naturaleza. Cabe señalar que, de acuerdo al porcentaje de empresas estudiadas que cumplen con las Generaciones Futuras, el resto no parcialmente gestionan para un rumbo de vida sostenible y se debe a que mantienen la política de maximización económica en la que toman en cuenta a la naturaleza como fuente de recursos ilimitado y que el impacto de sus operaciones son nulas.

La relación que mantienen las empresas con los stakeholders es parcial por cuanto existen pocas instituciones que diseñen programas de difusión de valores a sus proveedores y políticas o estrategias de responsabilidad social encaminadas a fortalecer las relaciones que mantienen. No se encuentra información o documentación que demuestre que lo poseen. Esto se debe a que se manejan bajo acuerdo mutuo de cumplimiento más no se establece por escrito los deberes, responsabilidades, obligaciones y derechos que mantienen cada una de las partes.

En lo que respecta con el grupo de interés “Distribuidores, clientes y consumidores”, los empresarios, a falta de un diseño de Balance Social, no pueden incluir a este stakeholder en sus gestiones de forma documentada, además, existe una escasa comunicación de valores en bienes y servicios destinados a los consumidores y clientes; una atención adecuada hacia el mismo que debiese estar establecida en el código de conducta. Esto se debe a que no existe motivación y capacitación de las tendencias de atención al consumidor, hecho ligado a la falta de una cultura y responsabilidad laboral de empleador a empleado y de un compromiso del empleado a la organización, además, la falta de documentación del código de conducta y de políticas de responsabilidad social al momento de la contratación.

Con lo que respecta al stakeholder “Competencia”, se ha mantenido hasta hoy lo que es la rivalidad empresarial y de marcas por lo que se demuestra que el cumplimiento responsable con este grupo de interés es parcial. Se verifica que se mantiene aún una competencia desleal; a falta del diseño del código de conducta, no se incluye a la competencia. No hay mecanismos que documenten como califica la competencia a la empresa.

Los empresarios y su relación con el grupo de interés “Los accionistas e inversionistas”, parcialmente cumplen con su responsabilidad ante ellos por cuanto, mantienen información privilegiada a determinados accionistas y no información transparente a todos los que conforman a la empresa, además, en el momento de la toma de decisiones no existe la documentación respectiva y mecanismos que documenten la distribución **equitativa de** la riqueza empresarial. Esto se debe a ciertos privilegios que se mantiene en la empresa y desconocimiento de que la información debe ser transparente y que a todos los que conforman la organización deben mantener conocimiento del destino de los recursos económicos.

Se puede concluir que el stakeholder “Comunidad – sociedad” se ve afectado por las tres líneas estratégicas. La brecha que presenta el grupo de interés ante Ética y transparencia se debe, como se mencionó anteriormente, a la falta de integración y desarrollo de programas cívicos para el incentivo de una responsabilidad social en el Distrito Metropolitano de Quito. Esto también se debe a que no existe un balance social para difundir ante el grupo de interés y mecanismos de información y retroalimentación hacia y desde el stakeholder sobre responsabilidad social empresarial. La no gestión e inclusión en programas cívicos afecta a la imagen empresarial como falta de prestigio y desinformación sobre RSE a la comunidad, además del desaprovecho de oportunidades de publicidad gratuita otorgados por el DMQ.

En cuanto a Calidad de vida, el stakeholder “Comunidad – sociedad” se afecta debido a la falta de informes y mecanismos de evaluación que midan el impacto de la participación de la empresa en ámbitos sociales y gremiales, esto ocasiona el desconocimiento de la RSE de la empresa para la Sociedad. Con respecto a la Generación y distribución de la riqueza, el mismo stakeholder se ve perjudicado debido a que los empresarios no realizan censos del impacto social y cultural que se genera alrededor de su actividad cuyo efecto es la falta de planes y programas institucionales para remediar el impacto que genera la institución a nivel social y desarrollo cultural. En resumen, los efectos que ocasionan los empresarios del Subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios, en cada línea estratégica perjudicaría la reputación empresarial y nivel de confianza de sus relaciones y operaciones a nivel social – comunitario y cultural.

Como toda organización personal y, en el caso, empresarial, las personas se guían bajo lineamientos pre establecidos bajo la ética, valores y principios que moldean las acciones de cada uno. Las empresas se guían bajo políticas que establecen los mencionados lineamientos, es de ética ser responsable con la sociedad, comunidad local, con el medio ambiente y demás grupos de interés que se relación de manera directa o indirecta con la organización. Se recomienda

el diseño, planteamiento y ejecución de programas de Responsabilidad Social Empresarial plasmados en las políticas corporativas que reflejen resultados de su gestión en el Balance Social producto de sus relaciones con los diferentes stakeholders.

Las tendencias actuales están ligadas al buen comportamiento laboral de los colaboradores dentro y fuera de la organización, es de necesaria implementación un código de conducta organizacional que se entregue a cada uno de ellos y a los futuros empleados antes de firmar el contrato; el manual de conducta compromete el cumplimiento y concientización de sus deberes como también sus derechos dentro de la entidad. Además, es necesario reconocer el talento y capacidad de los colaboradores que requieren de beneficios para su desempeño laboral y satisfacción personal, se sientan motivados, tengan un buen trato, ambiente laboral adecuado, capacitaciones constantes, atención a sus necesidades materiales y psicológicas, cumplimiento con los beneficios económicos, sociales y legales, entre otros; manteniendo la consigna de que un cliente interno contento propiciará un cliente externo satisfecho.

Las empresas no crecen ya solo por su rentabilidad, tamaño de capital ni por cubrir un mercado más amplio, ahora, las empresas son reconocidas por su gestión responsable hacia la sostenibilidad por lo cual muchas son galardonadas

o reciben reconocimiento público por su gestión responsable. La responsabilidad con el medio ambiente es un tema que debe ser tomado no como obligación sino de manera voluntaria. Los recursos naturales no son ilimitados y hay que ser conscientes con los efectos de las operaciones que incide en las generaciones futuras. Se recomienda aplicar políticas que dispongan el tratamiento de desechos y disminución de la polución medio ambiental que propicien la eliminación del impacto generado o ejecutar medidas que protejan, permitiendo de esta manera la concienciación de responsabilidad medioambiental.

Cuadro No. 25

RESUMEN DE RECOMENDACIONES PARA LA LÍNEA ESTRATÉGICA I. ÉTICA Y TRANSPARENCIA

	No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA							
LOS ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS	1	Información privilegiada a ciertos accionistas e inversionistas con menoscabo de los intereses de otros	Toma de decisiones inapropiadas frente a un evento o suceso	✓	□	<p>1. Contratar a una persona externa con las capacidades y aptitudes necesarias para asumir el puesto de Director Ejecutivo y que no posea relación con los accionistas e inversionistas de la Compañía.</p> <p>2. Efectuar actas que sean firmadas por los accionistas e inversionistas que participan en las juntas extraordinarias de la compañía en las cuales se dispongan los puntos a tratarse y la resolución de las mismas por unanimidad.</p> <p>3.- Crear un itinerario de reuniones ordinarias de accionistas e inversionistas en donde se especifique las fechas de realización, adicionalmente para las reuniones se deberá firmar las convocatorias y la asistencia a las mismas.</p>	CP: La totalidad de socios y accionistas deben tener conocimiento claro y preciso de toda aquella información relacionada a las actividades dentro y fuera de la compañía para tomar una decisión precisa y evitar conflictos de directorio. El contratar una persona externa a cargo del Directorio Ejecutivo permitirá mitigar la concentración de intereses en menoscabo de otros.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

ÉTICA Y TRANSPARENCIA		No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA	2	Falta de participación en la planeación estratégica de la Compañía por parte de las personas que integran la misma.	Disminución del interés de los colaboradores en cuanto a su participación en el cumplimiento de la misión, visión, políticas y estrategias de la organización.	✓		- Aplicar métodos de Empowerment como el diseño de nuevas mejoras de los colaboradores para la organización.	CP. La participación de los colaboradores en la contribución del diseño de políticas, estrategias y planes de ejecución dará paso a que se sientan parte de la compañía y un factor esencial para la misma.	
	3	Pocas empresas poseen una política comercial en la que se promulgue un protocolo de negociación con proveedores basados en principios y valores.	Escasa confianza entre proveedores y la empresa afectando el cumplimiento de los términos de negociación, convenios o las cláusulas de contratos pactados.	✓	✓	- Diseñar y ejecutar una política comercial en la que se establezca un protocolo de procedimientos de negociación con proveedores que permita un relacionamiento directo y enfatizando lo importante que son los acuerdos comerciales basados en valores y principios.	CP. El diseño y cumplimiento de políticas comerciales constituye un protocolo de procedimientos que guían a la empresa el como interactuar con los proveedores. Un adecuado procedimiento implica ejecutar un programa de negociación entre las partes interesadas promulgando la importancia de hacer acuerdos basados en valores y principios que enriquezcan las relaciones.	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

		No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	4	No se incorpora en el Informe de RSE al stakeholder.	Desconocimiento del stakeholder acerca de las acciones de responsabilidad social que tiene la organización.		✓	- Empezar acciones de evaluación del servicio proporcionado tanto a distribuidores, clientes y consumidores.	CP. El Informe de RSE incorpora todas las prácticas con los stakeholder relacionados. Es de gran importancia incorporarlo para dar a conocer que acciones se ha emprendido de manera transparente y bajo principios éticos u morales que permita diseñar estrategias enfocados a mantener o mejorar las relaciones entre las partes.
	GOBIERNO	5	Eventos y programas emprendidos por el Gobierno con escasa participación de las empresas.	Falta de concientización de la empresa frente a la responsabilidad social que cada organización está obligada a tener.		✓	- Crear un comité que se encargue de incluir a la organización dentro de los planes de responsabilidad social implementado por el Gobierno y el DMQ.	CP. El participar activamente en los programas emprendidos por el Gobierno constituye una acción responsable y de alto valor corporativo por cuanto se da a conocer el compromiso que tiene la organización con la sociedad.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

		No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	COMUNIDAD - SOCIEDAD	6	Programas cívicos generados por el DMQ sin participación del empresario del subsector.	No se aprovechan los espacios de publicidad que pueden generar los programas cívicos del DMQ.		✓	1. Empezar prácticas de gestión social tanto internas como externas.	CP: Designar un responsable en la compañía para que haga el seguimiento de los distintos programas cívicos diseñados por el Municipio de Quito y participar activamente impartiendo conocimiento de la institución, dejando un legado de responsabilidad social con la comunidad y prestigio como imagen corporativa siendo en el tiempo reconocido por su atención a la sociedad. L: Ordenanza Municipal 333 artículo 1... "La Ordenanza incentiva a todas las organizaciones, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, con o sin fines de lucro, que desarrollen actividades en el DMQ, a incorporar integralmente en sus operaciones la Responsabilidad Social, como un modelo de gestión alineado al desarrollo sostenible" (...).
							2. Invertir en relaciones internas entre colaboradores de la compañía para promover el trabajo en equipo y obtener una participación mayoritaria en los programas cívicos del DMQ enfatizando la colaboración, apoyo e iniciativa de valores éticos y transparentes.	
							3. Motivar con incentivos a los colaboradores para que participen en los programas del DMQ con objetividad y colaboración.	
	COMPETENCIA	7	Competencia desleal entre empresas que brindan bienes y servicios de similares características.	Generación de deslealtad y mala imagen de la organización por parte de clientes internos y externos por cuanto se está yendo en contra de los planes estratégicos fundamentados en bases éticas.	✓	✓	1. Crear un código de conducta en la que se respete a la competencia.	CP: Las empresas hoy en día resaltan por el valor agregado que por un ataque agresivo ante otras entidades de similar operatividad. Una organización basada a la lealtad, legalidad de sus negociaciones, transparencia de sus actos y un oportuno servicio al cliente, es un canal de mejoramiento y posicionamiento en el mercado.
							2. Dar una imagen clara y transparente de qué es la empresa y como se desarrolla en el medio.	
							3. Darse a conocer por la calidad de productos, ética y transparencia en la negociación como valor agregado diferenciándose de las demás empresas.	
							4. Evaluar el procedimiento de la empresa a través de encuestas, y demás fuentes de información a clientes y empresas de la misma índole.	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

	No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA GENERACIONES FUTURAS	8	Despreocupación en el diseño e implementación de programas para la protección del medio ambiente.	- Prácticas operativas inadecuadas y nocivas para el medio ambiente.	✓	✓	- Diseñar un plan de cuidado ambiental en el que:	CP: El diseño de un plan con pasos ordenados y sistemáticos que permitan medir cualitativa y cuantitativamente a través de los resultados obtenidos y calificaciones de las distintas instituciones de cuidado y protección ambiental permitirá un mejoramiento continuo de la empresa en sus procesos operativos, reduciendo aquellos procesos innecesarios y que son nocivos con el medioambiental. Además, se cumpliría con la Responsabilidad Social Empresarial ante las Generaciones Futuras. L: Ley de Gestión Ambiental LEY NO. 37. RO/ 245 DE 30 DE JULIO DE 1999: la Ley de Gestión Ambiental constituye el cuerpo legal específico más importante atinente a la protección ambiental en el país. Esta ley está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y establece las directrices de política ambiental, así como determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo. L: Artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador: "Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir (...).
						a) Se detalle bajo el concepto de política medioambiental a la Norma ISO 26000 como referente del cuidado e impacto ambiental.	
						b) Descripción general de la operatividad de la compañía.	
						c). Se describa en un flujograma el proceso operativo de la empresa.	
						d) Desarrollo y análisis FODA con visión en el impacto ambiental de las operaciones.	
						e) Describir las políticas que se implementarían para reducir las debilidades y aumentar las fortalezas, contrarrestar las amenazas con las oportunidades.	
						f) Plantear proyectos que reduzca el impacto nocivo al medio ambiente de aquellas operaciones inadecuadas.	
						g). Desarrollar mecanismos de reprocesamiento para los desechos de la producción.	
						h) Aplicar los planes en el desarrollo operativo.	
						i) Diseñar planes de contingencia para prevenir incidencias ambientales.	
						j) Retroalimentar los resultados obtenidos.	
						k) Calificarse bajo las normas ISO y demás certificados ambientales.	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

Cuadro No. 26

RESUMEN DE RECOMENDACIONES PARA LA LÍNEA ESTRATÉGICA II. CALIDAD DE VIDA

	No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA							
LOS ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS	1	Falta de un Gobierno Corporativo claro y documentado.	Inexistencia de lineamientos para la correcta toma de decisiones de la organización por parte de accionistas e inversionistas con enfoque a prevalecer la protección de los intereses de la compañía, accionistas y de otros grupos de interés.	✓		- Documentar y medir los lineamientos en cuanto a porcentaje de participación en toma de decisiones de accionistas e inversionistas de la organización	CP. Un buen Gobierno Corporativo provee los incentivos para proteger los intereses de la compañía y los accionistas, monitorizar la creación de valor y uso eficiente de los recursos brindando una transparencia de información. Un programa de Gobierno Corporativo debe eficientemente comunicar a todos: el imbatible compromiso de la firma, su administración y el control de los objetivos y metas del gobierno corporativo. La credibilidad del mercado es esencial, por lo tanto, la generación de la información y su difusión precisa, eficaz y a tiempo, serán los factores de mayor relevancia para ganar credibilidad ante el accionista e inversionista.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

	No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA	2	Falta de evaluación del ambiente laboral por parte del empresario	Se tiene un bajo clima laboral propenso a la improductividad.	✓	1. Diseñar controles internos sobre el estado laboral de cada uno de los colaboradores (encuesta laboral), en la que se trate temas de ambiente laboral actual, si se ha cumplido las expectativas personales, recomendaciones a la administración y otros aspectos necesarios de conocimiento.	CP: Por medio de un plan estratégico diseñado y gestionado por Recursos Humanos que permita conocer la situación actual laboral de los colaboradores de manera clara y concisa además de sus necesidades para poder plantear mecanismos de control y solución a problemas que se presentan. Además, con la implementación de un canal de confianza en recursos humanos, servirá para que el empleado se sienta libre de solicitar ayuda y soporte a sus necesidades con el respaldo de confidencialidad para evitar problemas. L:
						a) Implementar la encuesta a todos los empleados de forma obligatoria.	
						b) Analizar y evaluar los resultados obtenidos.	
						2. Formular estrategias constructivas que permitan el mejoramiento del estado y medio laboral.	
						a) Implementar las estrategias y controlar constantemente su funcionamiento a través del rendimiento del personal.	
						3. Crear espacios de escucha entre empleado y jefaturas.	
						4. Además, crear un canal de confianza en el Departamento de Talento Humano en el que se traten los problemas e inquietudes del empleado que requieran confidencialidad y puedan ser resueltas de la mejor manera.	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

	No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	3	Escasos mecanismos enfocados a la evaluación y retroalimentación de resultados obtenidos en temas de relacionamiento con los proveedores	Inconformidad entre empresa y proveedor en el ambiente de negociación afectando el flujo operacional y la calidad de relacionamiento	✓	✓	1. Crear una política comercial en la que se estipule la evaluación periódica del estado de relacionamiento con los proveedores. En el caso de que se susciten problemas entre las partes se requiera canalizar y tratar los casos específicos evitando posibles conflictos que afecten la operatividad y los intereses de la compañía.	CP. Mantener un correcto relacionamiento entre la empresa y sus proveedores constituye un mecanismo de buen funcionamiento operacional puesto que se evita contrariedades en cuanto a la entrega de productos, forma de pago y posibles descuentos. El generar una política comercial enfocada a prevalecer las buenas relaciones y retroalimentación de resultados obtenidos marcará un valor agregado en el momento de la negociación.
						2. Crear un departamento de relaciones laborales que se encargue de hacer un seguimiento de las relaciones entre la organización y el stakeholder a través de evaluaciones constantes para analizar si se requiere tomar medidas para mejorar el relacionamiento y dar un permanente valor agregado.	
DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	4	Falta de compromiso de los empresarios en la entrega de los productos y servicios prometidos a los clientes.	- Pérdida de la credibilidad, confianza y buena imagen del stakeholder afectando los resultados operativos de la empresa.		✓	1. Diseñar una encuesta de calidad dirigido al cliente en la que se pueda destacar los puntos fuertes y débiles en el servicio y entrega de los productos.	L. Defensa del consumidor cap. IV Responsabilidades y obligaciones del proveedor Art. 18 que estipula una entrega del bien y/o servicio oportuno según condiciones previas estipuladas.
						a) En base a los resultados obtenidos, diseñar estrategias de mejora en la atención y entrega de productos y servicios al cliente.	
						2. Capacitar a todo el personal de cómo debe ser un trabajo de calidad pre y post cliente.	
						3. Evaluar el desempeño de los mismos hacia con el cliente bajo estándares de efectividad.	
						4. Retroalimentar siempre el proceso de atención eficiente.	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

		No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN		
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)	
CALIDAD DE VIDA	GOBIERNO	5	Proyectos emprendidos por el Gobierno con escasa participación de las empresas.	La organización no se da a conocer ni es capaz de implementar estrategias de mejora en base a los proyectos que el Gobierno ofrece.			✓	- Incluirse en los proyectos emprendidos por el Gobierno.	CP. Es importante que las empresas también se preocupen por participar en proyectos emprendidos por el Gobierno que promueve el interés por apoyar ideas y satisfacción de necesidades humanas.
	COMUNIDAD - SOCIEDAD	6	Falta de un informe y de mecanismos de evaluación que midan el impacto de la participación de la empresa en ámbitos sociales y gremiales.	- Desconocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial de la Compañía en la Sociedad.			✓	<div>- Realizar un informe de todas las actividades que la empresa participa y tener evidencia física (mails a las instituciones y/o personas que organiza los programas, fotos de los eventos, videos), como constancia de las actividades emprendidas; y,</div> <div>a) Realizar un seguimiento a través de encuestas de conocimiento y satisfacción de la atención otorgada por la compañía en cada uno de los eventos sociales asistidos.</div> <div>b) Realizar un informe final en el que se emita opinión, conclusiones y recomendaciones constructivas para el mejoramiento en la participación en ámbitos sociales y gremiales.</div> <div>c) Impartir ante los colaboradores de la compañía el informe de actividades realizadas por los mismos medios de comunicación: correo electrónico, revista institucional y carteleras.</div>	CP. A través de una planificación adecuada y su debida documentación se podrá evidenciar todas las actividades construidas en las relaciones sociales y gremiales. Es de Responsabilidad Social participar en mencionados ámbitos y de mantener un informe tanto para la institución como para los trabajadores de la empresa generando un ambiente de colaboración e impulsando a la participación voluntaria en próximos eventos que pacte la institución con un ente externo.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

		No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	COMPETENCIA	7	Falta de diálogo con la competencia	Carencia de alianzas estratégicas que permitan un crecimiento conjunto		✓	- Generar interés para fomentar alianzas estratégicas con la competencia permitiendo un apoyo sostenible para ambas partes.	CP. Se puede establecer con la competencia acuerdos que permitan crecer de manera conjunta dejando a un lado la rivalidad y fomentando la unión, la calidad y satisfacción al mercado.
	GENERACIONES FUTURAS	8	Escasas políticas empresariales con atención al reconocimiento del impacto negativo que causa las prácticas operacionales en las generaciones futuras.	- Desinformación de cómo se debe operar correctamente para evitar efectos negativos al medio ambiente.	✓	✓	1. Crear una política de control de calidad en la que se disponga:	CP: Una política de calidad permitirá el mejoramiento de la calidad de vida de la empresa y de su entorno. Además, es conveniente que se contrate un analista de operaciones y de riesgo ambiental permitirá determinar qué puntos operativos son riesgosos y nocivos para el medio ambiente dando parámetros de cómo se debe manejar las operaciones bajo estándares, dar tratamiento adecuado a las materias primas con el uso adecuado de tecnología, materiales e insumos para el hecho, además, el tratamiento adecuado de los desechos creando coproductos en beneficio de empresa - y medio ambiente. Esta medida permitirá documentar y crear un manual de operaciones en base a mencionados estándares de calidad y correcto uso de la producción.
							a) La contratación de un especialista en análisis de operaciones que llegue a determinar el impacto de las mismas al medio ambiente y su entorno.	
							b) Analizar minuciosamente de cada uno de los procesos productivos.	
							c) Creación de mecanismos de control de desechos.	
							d) En base a los estudios y estándares obtenidos, crear un manual con políticas de tratamiento de operaciones productivas que debe ser conocido por todo el personal empresarial.	
							e) Realizar controles minuciosos de calidad e implementación de los mecanismos de control en cumplimiento de las políticas y para evitar daños a las futuras generaciones.	
	f) Gestionar para obtener la certificación de calidad ambiental.							

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

Cuadro No. 27

RESUMEN DE RECOMENDACIONES PARA LA LÍNEA ESTRATÉGICA III. GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA

	No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA							
LOS ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS							
	1	Falta de mecanismos que aseguren una distribución adecuada de la riqueza en los grupos relacionados	Inconformidad en la repartición equitativa a los grupos de interés	✓		- Dar a conocer de manera apropiada y oportuna la información referente a los estados financieros.	L: Régimen Tributario interno cap VI de los estados financieros, cumplimiento de las leyes y veracidad de sus operaciones financieras.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

	No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA	PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA	2	En su mayoría no han realizado un censo que exponga las necesidades materiales y psicológicas de los colaboradores	-	Desconocimiento de las necesidades de los colaboradores que pueden afectar el rendimiento de sus deberes y obligaciones contraídas con la empresa	✓	<p>1. Crear el canal de confianza en el departamento de talento humano en la que se practique el profesionalismo y compromiso confidencial laboral con cada uno de los colaboradores de la empresa.</p> <p>a) Difundir por distintos medios - carteleros, mail corporativo- a los miembros de la empresa, acerca de los beneficios que trae consigo el canal de confianza mismo que bajo el compromiso de discreción y profesionalismo, el colaborador puede expresar sus necesidades y búsqueda de solución laboral y personal.</p> <p>2. Realizar un seguimiento - censo - de los resultados obtenidos por medio de evaluaciones de rendimiento y satisfacción laboral que permita efectuar estrategias de mejoramiento y compromiso de empresa a colaborador.</p>

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

		No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA	DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	3	Escasos mecanismos implementados para la evaluación de las relaciones comerciales mantenidas entre la empresa y sus proveedores	Desconocimiento del grado de aceptabilidad de los proveedores con la empresa.		✓	- Implementar un mecanismo de recolección de información de los proveedores enfocado al grado de satisfacción y cumplimiento de cláusulas contractuales que permitan tomar las decisiones necesarias sin que afecten la operatividad de la empresa.	CP. El obtener información de un tercero, en este caso del stakeholder, permitirá realizar una evaluación continua del cumplimiento de convenios pactados que permitan tomar las mejores decisiones para el mejoramiento continuo.
	DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	4	Pocos empresarios cuentan con mecanismos documentados de negociación justa y equilibrada con sus distribuidores.	Inconformidad del stakeholder frente a los mecanismos de negociación inapropiados.		✓	<p>1. Realizar una junta con los directivos de la empresa, en la que se establezca el orden del día para entablar el diálogo y elaboración de políticas documentadas en la que se refleje la negociación responsable, justa y equilibrada con los distribuidores.</p> <p>2. Realizar evaluaciones con el stakeholder para poder soportar la atención y práctica comercial justa que se maneja y poder medir que tan eficaz es la relación convenida con los mismos.</p> <p>3. Diseñar y ejecutar planes de contingencia en base a los resultados de las evaluaciones periódicas establecidos con el stakeholder.</p>	CP: La práctica justa y equilibrada de negociación con distribuidores debe ser documentada para seguir bajo un marco normativo institucional. La imagen empresarial se ve reflejada bajo las relaciones y negociaciones establecidas con cada uno de los stakeholders y es de responsabilidad el de prevalecer, ser y parecer ante los demás la transparencia de la gestión corporativa.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

		No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA	DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	5	Despreocupación de las normativas fiscales obligatorias que tiene la organización.	Posibles sanciones y clausura de la organización por parte del organismo de control del Estado.		✓	1. Capacitar a los colaboradores a cerca de las aplicaciones tributarias vigentes. 2. Preocuparse por cumplir totalmente con las obligaciones fiscales.	L. Régimen Tributario interno capítulo VII determinacion de los impuestos y cumplimiento como entes de declaración.
	COMUNIDAD - SOCIEDAD	6	Escasa importancia de las necesidades sociales y materiales a las comunidades aledañas.	Limitada vinculación de la empresa con la comunidad.		✓	- Crear un comité de eventos encargado de realizar obras de acción social en la comunidad con el propósito de atender a las necesidades básica que hayan sido analizados como urgentes.	CP. Es de Responsabilidad Social Empresarial el mantener una relación directa entre la comunidad aledaña y la organización participando en acción social atendiendo a las preocupaciones más urgentes.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Némesis Vargas

		No	CAUSA	EFECTO	AFECTA AL AMBIENTE EMPRESARIAL		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO PERSONAL (CP) - LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA	COMPETENCIA	7	Las organizaciones no poseen un mecanismo de evaluación que le permita conocer como lo visualiza la competencia.	La competencia puede apreciar las debilidades que tiene la organización y aprovecharlas a su favor.		✓	- Aplicar la metodología del Benchmarking con el propósito de identificar aquellas empresas que poseen las mejores prácticas en la industria, recopilar y analizar la información estableciendo diferencias entre las organizaciones para proceder a desarrollar un plan para igualar y superar las prácticas más avanzadas.	CP. El Benchmarking es un proceso continuo de medir y comparar una organización con otras, sean competencia o no, a fin de obtener información que les ayude a ejecutar acciones para mejorar su desempeño.
	COMPETENCIA	9	Inadecuado diseño de procesos productivos enfocados a la conservación del medio ambiente.	Efectos negativos hacia el medio ambiente.		✓	- Crear una política de control de calidad en la que se disponga:	L. Reglamento para la aplicación de la ley ambiental, indica el correcto uso de los recursos disponible y sus restricciones.
							a) La contratación de un especialista en análisis de operaciones que llegue a determinar el impacto de las mismas al medio ambiente y su entorno.	
							b) Analizar minuciosamente de cada uno de los procesos productivos.	
							c) Creación de mecanismos de control de desechos.	
							d) En base a los estudios y estándares obtenidos, crear un manual con políticas de tratamiento de operaciones productivas que debe ser conocido por todo el personal empresarial.	
							e) Realizar controles minuciosos de calidad e implementación de los mecanismos de control en cumplimiento de las políticas y para evitar daños a las futuras generaciones.	
							f) Gestionar para obtener la certificación de calidad ambiental.	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Némesis Vargas

6.3 DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Conforme a los resultados obtenidos del índice de congruencia y al análisis efectuado en el literal 5.3, las tres líneas estratégicas se encuentran en el mínimo cumplimiento de objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial, es decir, los empresarios han iniciado acciones responsables pero existen áreas de riesgo importante. La línea estratégica que menos cumplimiento tiene es Ética y transparencia con un 59,30 por ciento; seguido por Generación y distribución de riqueza con 59,48 por ciento y Calidad de vida con 60,33 por ciento.

Se puede concluir que el grado de congruencia “mínimo” en Ética y transparencia se debe principalmente a la poca atención a las “Generaciones futuras”, es decir, existen pocos empresarios que se preocupan del impacto que puede ocasionar las prácticas operativas y tratamiento de desechos al medio ambiente, como también, la escasa implementación de políticas que respalden el cuidado medio ambiental y que regularicen sus operaciones. En cuanto a Generación y distribución de la riqueza se debe principalmente a la poca relación que mantienen los empresarios con la sociedad, es decir, existe escasa participación cultural y cívica, poca difusión de las empresas con desarrollo de eventos y proyectos, y el no desarrollo de censos que midan el grado de impacto de su responsabilidad social con la comunidad. Por otro lado, en Calidad de vida se debe a la escasez de mecanismos que midan y evalúen el impacto de la

participación social y gremial ocasionando un desconocimiento de la RSE de la compañía ante la sociedad.

Ante los resultados obtenidos y la conclusión determinada, es necesario poner énfasis en los factores que infieren a dichos resultados como es la desatención al medio ambiente y a la comunidad. Es de Responsabilidad Social Empresarial que las compañías diseñen mecanismos de control operativo que no afecten nocivamente al medio ambiente, por ello es recomendable contratar a especialistas en medio ambiente para estudiar y analizar los efectos que ocasionan las operaciones productivas y diseñar mecanismos de protección que mida calidad y productividad para la organización, además que vayan acorde a los estándares y requisitos establecidos en las ISO 26000, Hacer Bien Hacer Mejor, Organismos de Control Ambiental a nivel internacional mencionados en el punto 2.3.1. Por otro lado, es prescindible darse a conocer ante la comunidad a través de la participación y provecho de eventos y programas de integración auspiciados por el Municipio, para ello, se requiere formar un equipo de apoyo para que realice el seguimiento y acuerdo con el ente público.

6.4 PROPUESTA DE POLÍTICAS DE RSE RESPECTO A LOS STAKEHOLDERS

Una vez conocidas las conclusiones del presente estudio, se establecen recomendaciones para mejorar las relaciones con los stakeholders, que al ser aplicadas

aportarán al mejoramiento del desempeño responsable de las PYMEs del subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios.

ÉTICA Y TRANSPARENCIA

- Los empresarios del subsector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios deben reflejar una reputación empresarial responsable para con los miembros de la organización como son “Los **accionistas inversionistas**” y “**Personas que integran la empresa**” y ante la “**Comunidad – sociedad**”. Se pueden dar a conocer por medio de las relaciones con el Municipio, a través de representantes o delegados para la elaboración y aplicación de los distintos programas cívicos planificados por el ente público. Esto permitirá fomentar el bien común a través de la participación sin fines de lucro, obtener publicidad gratuita aumentando los ratios en margen de utilidad y disminución de los costos de publicidad de acuerdo al análisis financiero que se efectúe. Por otro lado, la participación de las PYMEs del subsector estudiado en programas instaurados por el Gobierno para fomentar el desarrollo y acción social en el DMQ. El desarrollo de las actividades sociales y culturales, deben ser documentadas para tener constancia de la gestión y dar a conocer en los medios de difusión y el informe de balance social institucional.

- El diseño de un Balance Social constituye un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa, en un período determinado y frente a metas pre establecidas. Permite actualizar políticas y programas relacionados con su responsabilidad social, ya que crea instrumentos más efectivos para medir y controlar las consecuencias, los costos y beneficios que se desprenden de sus acciones, además de dar paso al desarrollo de políticas voluntarias y no impositivas por cuanto es una herramienta fundamental para la toma de decisiones relacionadas con la responsabilidad social libremente asumida.

De esta manera, los empresarios del subsector en estudio deben determinar indicadores que permitan aportar información para controlar su gestión en términos de eficiencia, eficacia, efectividad e impacto, eliminando los que no aportan información, los mencionados indicadores deben basarse en herramientas como es el análisis FODA y sus objetivos para establecer los puntos sensibles que afectan al desarrollo de la institución – **colaboradores, accionistas – inversionistas, empleados, proveedores, distribuidores, clientes y consumidores**, y los puntos fuertes que pueden soportarlos para establecer las estrategias necesarias y hacer el seguimiento de su implementación. Otras herramientas en la administración y productividad corresponde al flujograma, Balanced Scorecard y el relevamiento del proceso productivo que dará un panorama de las operaciones que agregan valor a la producción y a la empresa, eliminando tiempos muertos bajo estándares y calidad total. Las áreas que debe

enfocarse el análisis corresponden al área interna como características socio-laboral, servicios sociales, integración y desarrollo de los colaboradores, relación con los proveedores, distribuidores, clientes y consumidores, producción efectiva y responsable de bienes y servicios, responsabilidad medioambiental; y el área externa que compete al cumplimiento de la responsabilidad social con los demás públicos con que mantiene relación como son la comunidad, con el medio ambiente y con otras instituciones. Como se mencionó, el Balance Social es un instrumento de gestión, por ende es necesario efectuar un Informe Social que registre en términos cuantitativos y cualitativos el desempeño social de una empresa en un período dado.

- En el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, es indispensable tomar medidas para la **protección ambiental** a través del desarrollo de prácticas y programas internos y externos de producción sostenible más limpia para preservar el equilibrio ecológico y que permitirá la elaboración de bienes y servicios que garanticen la optimización del uso de recursos y energía.

En el proceso los empresarios pueden establecer medidas como el uso sostenible de recursos como el agua al verificar y reparar, en el caso que existiese, averías, fugas; instalar sanitarios ahorradores de agua, separar las aguas de acuerdo al proceso y reutilizar cuando sea posible; ante la existencia de lluvias, llenar los contenedores y mantener cerrado para ser empleado en la limpieza, riego de áreas

verdes, entre otros. En cuanto a la optimización del consumo de energía y combustible se recomienda instalar medidores de energía en cada uno de los procesos de fabricación, mantener apagados los equipos y maquinaria que no están siendo utilizados y usar equipos de bajo consumo energético y de encendido/apagado automático. En lo que corresponde con el uso de materia prima, insumos y sustancias de contenido nocivo se sugiere instalar y mantener calibrados controladores de procesos (termómetros, balanzas, medidores de flujo, medidores de presión, entre otros) y medir las cantidades de materia prima empleada. Por otro lado, en cuanto a los residuos de la materia prima y del proceso productivo se debe generar estrategias para reducir, reusar y reciclar dichos deshechos a través de la clasificación de residuos según sus características físico-químicas, utilizar equipo de esterilización de envases para reusarlos, usar productos biodegradables, estar de acuerdo con las exigencias legales en las buenas prácticas para disponer o eliminar materiales contaminados o caducados; reciclar, vender o crear coproductos y subproductos con los productos rechazados en el proceso de acuerdo al análisis de calidad y autorización para su comercialización por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. En cuanto a la optimización y modernización de procesos productivos, se sugiere la reducción de sustancias peligrosas, garantizar el mantenimiento preventivo de los equipos y maquinaria procesadora, investigación de procesos productivos más eficientes y productos con valor agregado ambiental e innovación de mecanismos que reduzcan la generación de residuos, consumo excesivo de insumos y energía.

En temas administrativos y económicos se requiere cuantificar y registrar pérdidas económicas por procesos ineficientes a través de la medición de las cantidades de productos rechazados, cálculo de los costos asociados a las pérdidas por uso de recursos naturales, insumos, transporte, hora-trabajo, productos no vendidos, manejo de residuos, entre otros. Además del cálculo y registro de los beneficios por optimización del proceso productivo, registro de la inversión empleada para el mejoramiento de los procesos y registro de los costos reales de la gestión de residuos. Por otro lado, incentivar a los empleados a la producción sostenible a través de capacitaciones y entrenamiento en el que incluya Producción Más Limpia. Tomar en cuenta el reconocimiento a la dedicación y las innovaciones de los colaboradores que soporten al cuidado de las generaciones futuras.

Lo mencionado debe incorporarse en el Balance Social, como medio de reconocimiento ante la empresa y sociedad por su apoyo y atención a la sostenibilidad.

- La reputación empresarial se refleja a través de las relaciones con los grupos de interés. En cuanto a la línea estratégica, se debe prestar atención a las buenas prácticas comerciales con **la competencia** a través de la difusión de los valores corporativos que rige y la vivencia corporativa. La difusión debe ser a todos los niveles jerárquicos de la empresa con campañas publicitarias de buena práctica competitiva y del código de conducta que debe ser entregado a cada uno de los

colaboradores haciendo un sondeo de cumplimiento. Además, debe estar mencionado en las políticas de la organización.

CALIDAD DE VIDA

- La empresa debe dar una experiencia positiva ante los **Clientes** por lo que se debe crear relaciones estrechas con el grupo de interés. Las relaciones empresa-cliente se debe basar primero en tomarse el tiempo para conocer al stakeholder a través de comprender sus expectativas, obtener y ofrecer retroalimentación periódica del cliente y acordar con el cliente el valor generado. Lo mencionado debe manejarse bajo preguntas claves como: ¿Cuáles son las expectativas del cliente?, ¿Cómo se está trabajando?, ¿Cuál es el valor generado? y ¿Cómo le fue a la empresa con el cliente? Las respuestas permitirán evaluar la gestión implantada con el stakeholder y retroalimentar dando una vivencia satisfactoria. El objeto es crear relaciones vinculadas a la buena práctica empresarial y de responsabilidad con el grupo, creando valores de confianza, credibilidad e imagen corporativa, adoptando mecanismos de entrega de producto, servicio y valor agregado personalizado al cliente, con ello se elimina la barrera de incertidumbre y de publicidad engañosa.

- Para **los empleados** se propone crear un plan de carrera en la que se detalle los objetivos de crecimiento personal y profesional a corto plazo, para poder ser medidos acorde a su cumplimiento y proporcionar incentivos de acuerdo a su logro. Las propuestas de la empresa – objetivos de cumplimiento laboral - permitirán evaluar el cumplimiento de los empleados en el proceso de desarrollo, además de efectuar evaluaciones psicológicas de ambiente laboral que permitan crear acciones de mejora promoviendo el compañerismo y el trabajo en equipo así como el reconocimientos de las iniciativas de los empleados por mejorar el ambiente y campo laboral propuestos en las evaluaciones de desempeño, sin dar por alto la importancia de capacitar al personal para un incremento de conocimientos y destrezas aplicables en el trabajo dando calidad de vida dentro de la empresa. Por otro lado, es de importancia crear eventos y programas de integración de los colaboradores como almuerzos, fiestas institucionales, fin de semana deportivo, fin de semana familiar, en los que se pueda compartir y recrear despejando el estrés laboral y satisfaciendo las necesidades de relajamiento.

Ante lo expuesto se debe mantener la documentación de todos los perfiles de los puestos, procesos de reclutamiento, selección, capacitación, capacitaciones con las certificaciones correspondientes y la evaluación del personal que permitan evidenciar el alcance de importancia y compromiso empresa – colaboradores, dando valor y reconocimiento a la responsabilidad social.

GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA

- De acuerdo a las conclusiones determinadas en la línea estratégica y para mejorar el grado de congruencia con los stakeholders que se relacionan se recomienda generar mecanismos de control que permitan medir cualitativa y cuantitativamente la incidencia de las actividades de RSE sociocultural con **la comunidad** para que, conociendo los resultados, se evalúe el nivel de influencia y conocimiento de la empresa ante la sociedad. Estos censos deben realizarse bajo la responsabilidad de una tercerizadora contratada con profesionales capacitados que tengan la experiencia para diseñar, medir y efectuar el análisis respectivo dando los instrumentos necesarios para internamente diseñar estrategias y planificación de programas que mejoren los resultados obtenidos con nuevos programas en los que participen los colaboradores, socios e inversionistas.
- Es necesario saber qué la reputación corporativa se mantiene con la competencia, si se practica una negociación justa respetando las actividades y forma de publicitar y comercializar de aquellas empresas que venden bienes y servicios con características similares. Por ello es necesario diseñar políticas e instaurar valores y prácticas justas a todo nivel de la empresa fomentando el profesionalismo bajo las buenas prácticas empresariales, obteniendo la reputación corporativa. Las políticas deben ser plasmadas en acciones de venta y post venta con **el cliente**,

consumidor y documentando la opinión de los mismos, es dispensable realizar test de evaluación para conocer si la empresa se está relacionando y desarrollando bajo los lineamientos de las buenas prácticas empresariales de negociación justa y tomar las medidas necesarias. Esta práctica debe ser documentada en el Balance Social para evidenciar su responsabilidad y en el Código de Conducta para dar a conocer como debe manejarse las relaciones de los colaboradores con la competencia, clientes y consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

Papers

1. M. E. WILLE. (2010). [Observatorio Boliviano de Responsabilidad Social Empresarial. *Cuándo, Por qué nace y qué es la RSE*. p. 1
2. FUNDITEC (2008). guiarse: ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PONER PRÁCTICA Y PARA PENSAR. *La Responsabilidad Social Empresarial*. p. 4(S/AÑO).
3. S/N. “Documentación de buenas prácticas empresariales”. Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial. p. 1.
4. N. MILÁN, M. ROSA, M. VILLARROEL. (2009). *Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado*. Tesis. Uruguay. p. 11
5. H. Rivera Rodríguez y M. Malaver Rojas. (2011). Documento de Investigación. *La Organización: los stakeholders y la responsabilidad social*. Bogotá. p.19-24
6. M. E. Wagner. *Creación de valor compartido*. ACCION RSE. p.4
7. AccountAbility Institute of social and ethical accountability. *Norma sobre aseguramiento AA1000*. Londres. p.7-9
8. S/N. *Manual para la implementación de un sistema de gestión según OHSAS 18001:2007*. p.4-32
9. T.Hollenhorst. C. Johnson. 1997. *Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial*. Estados Unidos. p.2
10. S/N. 2005. *La norma SGE21: Certificación en Gestión Ética y Socialmente Responsable*. p.5-12.
12. Fuentes de documentos de ISO. 2009. *ISO 26000 Norma sobre Responsabilidad Social*. p.2-4.
12. K. NARANJO PAREDES. (2007). *El ámbito de las empresas PYMEs industriales*. Ecuador. Doc. p.6.
13. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. UNIAPAC. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU.)* Serie M, No. 4/Rev. 4. PDF. p. 105
14. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. UNIAPAC. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU.)* Serie M, No. 4/Rev. 4. PDF. p. 107

15. S/N (2012). *Pymes de Colombia son las más optimas de la región*. Artículo. p 1.
16. EDBERTO. (2011). *Responsabilidad y Pymes Parte*. Artículo Educación. p 1.
17. A. G. Rodríguez. (2003). *La realidad de la PYME en Colombina: Desafío para el Desarrollo*. FUNDES. Fotolito Colombia Prerensa Digital. p 7- 17.
18. A. Pinzón Fernández. (2011). *Análisis Económico del Sector MIPYME en Colombia durante los últimos 5 años*. Blog. Artículo. p.1.
19. L. A. Macías Quintana. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial de Colombia*. Editorial s/n. p.13 – 15.
20. O. González. (03/06/2011). *Pymes generan 72% del empleo en México*. México. Diario El Universal. Artículo. p.1.
21. M. A. Axtle Ortiz y C. M. Barber Kuri. (2007). *La Responsabilidad Social en las PYMEs*. Fortuna. p. 1.
22. J. C. Valda. (2011). *Chile: Microempresas y PYMEs lideran la creación de empleo en el último año*. Chile p 1.
23. M. Adams. (2012). *El Estado de la RSE en las PYMEs de Chile*. Capacitarse p.1.
24. A. GUTIERREZ M. (2003). *CURSO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO*. Ecuador: Serie Didáctica A.G. Pág. 32 – Clasificación de las investigaciones.
25. Uniapac Latinoamericana, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral
26. Domínguez Stella. (2011). *Investigación de Mercados*. Agencia de Mercadeo para Pymes y Microempresas. p. 1.
27. R. JIMÉNEZ PANEQUE. (2010). *Problema científico, población y muestra*. Revisión de conceptos y ejemplo. Cuba: Cardiovasc. Sección Metodología de la Investigación. p. 1.
28. UNIAPAC. (2008). *La Rentabilidad De Los Valores. Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial - Una forma de gestión para empresas que perduran* -. México: Editorial de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México A.C. Págs.12-17
29. S. Albes Dios. (S/A). *Análisis de la Responsabilidad Social de Empresas Españolas*

Internet

1. S/N. (2011) [<http://www.quebakan.com/2011/07/18/noticias/municipio-de-quito-impulsa-primera-ordenanza-municipal-en-ecuador-sobre-responsabilidad-social.html>], **Municipio de Quito impulsa primera Ordenanza Municipal en Ecuador**, p.1.

2. VARGAS NIELLO. (2006). [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/28375/LC-W-109.pdf>], **Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores**, Chile, p. 35.
3. H. FERNÁNDEZ. [<http://www.redunirse.org/files/Cu%C3%A1ndo%20y%20porqu%C3%A9%20aparece%20la%20RSE%20-%20Por%20Horacio%20Fern%C3%A1ndez.pdf>], **¿Cuándo y por qué aparece la Responsabilidad Social Empresarial?**, Argentina, p. 1-8.
4. J. BARRIOS. (2010). [<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/sostenibilidad-economica-social-sustentabilidad-ambiental.htm>], **Sostenibilidad económica y social como prioridad para la sustentabilidad ambiental**, p.2.
5. F. CASADO CAÑEQUE. (S/AÑO). [<http://www.grupcies.com/boletín/images/stories/PDFBoletin/ArticuloII Edic 47.pdf>], **La carencias de la RSE –De la responsabilidad al compromiso-**, p. 3.
6. FUNDACIÓN ROGER TORNÉ. (2012). [<http://www.canalsolidario.org/noticia/rio-20-el-reto-de-una-economia-sostenible-para-el-siglo-xxi/29417>], **RIO+2: El reto de una economía sostenible para el siglo XXI.**
7. L. MUÑOZ. (2007). [http://www.arearh.com/rrhh/gestion_responsabilidad.htm], **Gestión de la responsabilidad social corporativa en la PYME como ventaja competitiva y factor diferenciador**, p. 35.
8. S/N. [<http://www.rrppnet.com.ar/responsabilidadsocial2.htm>]. **Responsabilidad Social**. p.1.
9. NACIONES UNIDAS. [<http://www.un.org/es/globalcompact/>], **Pacto mundial**. p.1.
10. S/N. [http://www.cinu.mx/minisitio/ODM8/los_8_objetivos_del_milenio/]. **Los 8 objetivos del milenio**. p.1.
11. S/N.(2012) http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_para_la_Cooperaci%C3%B3n_y_el_Developmento_Econ%C3%B3mico], **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico**, p.1.
12. S/N. (2005). [http://www.deres.org.uy/home/descargas/guias/Paso_a_paso_PyMES_IARSE.pdf], **Responsabilidad Social Empresarial para Pequeñas y Medianas Empresas: Paso a Paso para PyMES**. p 7- 43. Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial – IARSE.
13. INNpula MiPyme Colombia. [<http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=23362>], **Fondo de modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas empresa-iNNpula Mipymes**. Colombia.
14. S/N. [<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/financiacion.htm>], **Sección PYMES – Fuentes de Financiación**, Colombia, S/N.
15. F. URROZ R. (2011). [<http://www.guioteca.com/rse/rse-en-chile-que-instituciones-la-promueven/>], **RSE, en Chile, qué instituciones la promueven**.
16. CENTRARSE, (2006), [<http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources>

- /Los_7_Ejes_de_la_RSE.pdf. **Los 7 Ejes de la RSE. PDF p.1.**
17. ACCIÓN RSE. (2006). [<http://www.accionrse.cl/app01/home/calidadLaboral.html>]
Calidad de Vida Laboral.

ANEXOS

ANEXO No 1

ENCUESTA

	I ETICA Y TRANSPARENCIA - Vigencia de Valores	SI	NO	PARCIAL
	a) Los accionistas e inversionistas			
1	¿Participan en la elaboración de la declaración de principios y valores; del código de conducta y de las políticas de gobierno corporativo?			
2	¿Están comprometidos con la declaración de principios y valores y su código de conducta?			
3	¿Se informa adecuadamente a los accionistas e inversionistas sobre la realidad económico-financiera de la empresa, patrimonio de la empresa inversiones efectuadas, rentabilidad de las inversiones, beneficios obtenidos, distribución de los beneficios y provisión de reservas?			
4	¿Se evita facilitar información privilegiada que beneficie a unos accionistas e inversionistas con menoscabo de los intereses de otros, incluso de la propia empresa?			
5	¿Participan en la planeación estratégica de la empresa?			
6	¿Incorporan en el Balance Social (Informe de RSE) a los accionistas e inversionistas?			
	b) Personas que integran la empresa			
7	¿Todo el personal conoce, comprende y comparte la misión y visión de la empresa?			
8	¿La dignidad de la persona es un valor estimado y respetado en todos los ámbitos de la empresa?			
9	¿Participan en la elaboración de la declaración de principios y valores y del código de conducta?			
10	¿Están comprometidos, el personal, con la declaración de principios y valores y su código de conducta?			
11	¿Conocen y aplican el código de conducta de la organización?			
12	¿Participan en la planeación estratégica de la empresa?			
13	¿Apoyan, desde su rol, la realización del plan de la empresa?			
14	¿Aplican un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde los colaboradores?			
	c) Proveedores			
15	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con los proveedores?			

16	¿Cuenta con programas de difusión de valores y principios para los proveedores, en donde se incluyan los acuerdos comerciales en particular la fecha de pago?			
17	¿Los valores y la conducta empresarial, son tomados en cuenta a la hora de seleccionar un proveedor?			
18	¿Los proveedores, conocen y respetan la declaración de principios y valores y el código de conducta de la organización?			
19	¿Respetan la propiedad intelectual de sus proveedores?			
20	¿Incorporan en el Balance Social (Informe de RSE) a sus proveedores?			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
21	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con este grupo?			
22	¿Comunica los principios y valores a través de sus productos y/o servicios a distribuidores clientes y consumidores?			
23	¿Los productos y/o servicios que ofrece a este grupo son congruentes con sus principios y valores?			
24	¿Proporciona de manera transparente la información necesaria sobre sus productos y/o servicios?			
25	¿Aplica un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde este grupo?			
26	¿Se incorpora en el Balance Social (Informe de RSE) a este grupo?			
	e) Gobierno			
27	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con este grupo?			
28	¿Se acatan leyes, reglamentos, códigos y/o normas a las que está sujeta la empresa?			
29	¿Aún considerando que las obligaciones que impone el Estado son excesivas, considera que cumplirlas es un deber moral de la empresa?			
30	¿Existe una política clara y aplicada de no participación en actos de corrupción?			
31	¿Participan colaboradores de su empresa en los programas de gobierno para el desarrollo y acción social en el DMQ?			
32	¿Colabora con las autoridades en todo aquello que es de su competencia, para mejorar a la sociedad a la que sirve?			
33	¿Se incorpora en el Balance Social (Informe de RSE) a este grupo?			
	f) Comunidad – sociedad			
34	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con este grupo?			
35	¿Incluye en su gestión empresarial el desarrollo de la familia de sus colaboradores y la comunidad?			
36	¿Se aplica un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde este grupo?			
37	¿Se analiza el impacto social de las decisiones?			

38	¿Participan miembros de su empresa en programas cívicos para el desarrollo y de acción social, en el DMQ?			
39	¿Existe un Balance Social (Informe de RSE)?			
40	¿Se difunde el Balance Social (Informe de RSE) a estos grupos de interés?			
	g) Competencia			
41	¿Se incluye a este grupo en el código de conducta?			
42	¿Respetan las marcas y productos registrados?			
43	¿Cuenta con una política clara y aplicada de rechazo a prácticas de robo, contrabando y piratería?			
44	¿Evitan cualquier otro tipo de comportamiento desleal, como desacreditar al competidor o a sus productos?			
45	¿Participan en cámaras y/o asociaciones del ramo, enfocado a una mejor satisfacción de sus clientes?			
	h) Generaciones futuras			
46	¿Incluyen una visión de mundo sostenible para este grupo en sus principios y código de conducta?			
47	¿Cuentan con programas de formación, internos y externos, para el cuidado del medio ambiente?			
48	¿Conocen las leyes y reglamentos ambientales que le corresponden?			
49	¿Tienen un programa de reducción de impacto ambiental negativo operando?			
50	¿Incluyen, en su Balance Social (Informe de RSE), un diagnóstico del impacto ambiental de la empresa?			
	II CALIDAD DE VIDA - Necesidades Humanas			
	a) Los accionistas e inversionistas			
1	¿Cuenta con una estructura de Gobierno Corporativo documentada, que dé certidumbre y amplia participación en las decisiones de la organización a los Accionistas e inversionistas?			
2	¿Los Accionistas e inversionistas se encuentran sensibilizados acerca del impacto de la empresa en la calidad de vida de las personas que integran sus grupos relacionados?			
3	¿Cuenta con una estrategia de vinculación entre los Accionistas e inversionistas y los grupos relacionados de la empresa?			
4	¿Ha establecido un diálogo con Accionistas e inversionistas para involucrarnos y comprometerlos en el proceso de RSE?			
5	¿Los Accionistas e inversionistas apoyan que la gestión de la empresa favorezca la calidad de vida de los colaboradores?			
6	¿Evalúa el impacto en la calidad de vida de sus grupos relacionados y se informa a los accionistas e inversionistas?			
7	¿Se considera al accionista como un agente de transformación en la empresa y se encuentra íntimamente vinculado con el proceso de desarrollo de la misma?			

	b) Personas que integran la empresa			
8	¿Existen programas/eventos, que permiten a su organización estar al tanto y cumplir con la legislación laboral y los cambios que en ésta se presenten?			
9	¿Los procesos de perfiles de puestos, reclutamiento, selección, contratación, capacitación y evaluación del personal están documentados, son transparentes y se rigen bajo una política de no discriminación (de ninguna clase ni tipo) y son aplicados consistentemente?			
10	¿Cuenta la empresa con criterios establecidos y conocidos para desvincular al personal, que tienen como objetivo considerar también el bien particular de la persona?			
11	¿Cuenta con mecanismos que permitan incentivar la participación y la productividad de los colaboradores?			
12	¿Promueve el respeto a la integridad de las personas y su desarrollo integral, dentro y fuera del trabajo?			
13	¿Cuenta con programas de apoyo a la maternidad/paternidad y la infancia de los colaboradores?			
14	¿Cuenta con esquemas que promuevan la participación de sus empleados en la gestión de la empresa, y reconoce las iniciativas de los colaboradores?			
15	¿Realiza evaluaciones de ambiente laboral y establece acciones de mejora con base en los resultados?			
	c) Proveedores			
16	¿Cuenta con mecanismos, transparentes y legales que le permita conocer las prácticas laborales de sus proveedores?			
17	¿Existen medidas previstas para el caso en que los proveedores den atenciones o regalos a sus colaboradores?			
18	¿Cuenta con reglas precisas y documentadas para el trato respetuoso con sus proveedores?			
19	¿Ha establecido y documentado mecanismos precisos para la conciliación de diferendos con sus proveedores?			
20	¿Documenta debidamente y con transparencia los procesos de selección, contratación y evaluación de proveedores?			
21	¿Rechaza la posibilidad de trabajar con proveedores con malas prácticas laborales o ambientales?			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
22	¿Informan de manera clara y precisa el contenido de sus productos y servicios?			
23	¿Utiliza insumos que cumplen las normas de calidad obligatorias en la fabricación de sus productos y/o servicios?			
24	¿Se facilita la información necesaria sobre seguridad y salubridad de los productos y sobre instrucciones de uso adecuado?			
25	¿Cuenta con reglas precisas para el trato respetuoso con sus clientes, consumidores y distribuidores?			

26	¿Ha documentado y establecido políticas para hacer efectivas las garantías y quejas?			
27	¿Los clientes siempre reciben los bienes / servicios comprometidos?			
28	¿Cuenta con mecanismos permanentes para la evaluación de la satisfacción de sus clientes, consumidores y distribuidores?			
29	¿Cuenta con una política de atención a clientes?			
	e) Gobierno			
30	¿Existen programas/eventos, que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de la participación político/social como parte del desarrollo integral de las personas y las comunidades?			
31	¿Tiene programas de comunicación interna y externa para fomentar la conciencia y participación cívica y social?			
32	¿Ha participado en la elaboración de políticas públicas a nivel nacional, provincial o local en función del Bien Común?			
33	¿Participa en proyectos de desarrollo local?			
34	¿Evalúa su participación político/social?			
	f) Comunidad – sociedad			
35	¿Incentiva la participación social y gremial de todos sus grupos involucrados?			
36	¿Participa en asociaciones del sector para promover agendas en función del Bien Común?			
37	¿Ha tenido acercamientos con Organizaciones no Gubernamentales para colaborar en proyectos comunes?			
38	¿Cuenta con mecanismos de evaluación que mida el impacto de su participación social y gremial?			
39	¿Existe un informe específico de las causas sociales y gremiales apoyadas por la empresa?			
	g) Competencia			
40	¿Cuenta con mecanismos de acercamiento sanos con sus competidores y las autoridades para evitar prácticas monopólicas?			
41	¿Ha establecido mecanismos de diálogo transparente con su competencia que promueva el desarrollo de su sector?			
42	¿Ha generado y documentado algún mecanismo para compartir mejores prácticas entre competidores?			
43	¿Ha implementado junto con su competencia acciones a favor de su comunidad?			
44	¿Sus competidores cuentan con la confianza de acercarse a dialogar con su empresa?			
	h) Generaciones futuras			
45	¿Cuenta con mecanismos documentados de aseguramiento del cuidado del medio ambiente?			
46	¿Cuenta con procedimientos documentados de Salud y/o Seguridad?			

47	¿Ha establecido procedimientos para el manejo adecuado de residuos y/o desperdicios provenientes de su operación?			
48	¿Participa en programas comunitarios locales y provinciales de mejora del medio ambiente?			
49	¿Incorpora en sus políticas y prácticas el reconocimiento del impacto negativo de sus operaciones en las generaciones futuras?			
50	¿Incorpora en el Informe de RSE de la empresa el tema del impacto ambiental y el progreso logrado?			
III GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA - Satisfacción de las necesidades materiales				
a) Los accionistas e inversionistas				
1	¿Cuentan con mecanismos, documentados, de negociación equilibrada de participación de la riqueza que beneficien a todos los grupos relacionados?			
2	¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren la formación/concientización de los accionistas e inversionistas?			
3	¿Cuentan con programas de Inducción a los objetivos económicos, sociales y ambientales?			
4	¿Retribuyen a los inversionistas según lo acordado?			
5	¿Realizan varias reuniones, durante el año, para informar a los inversionistas de los resultados?			
6	¿Han propuesto ante sus accionistas e inversionistas mecanismos de compensación en la distribución de las utilidades/beneficios entre los colaboradores?			
b) Personas que integran la empresa				
7	¿Han realizado un censo de necesidades materiales y psicológicas de sus colaboradores?			
8	¿Existen programas y/o eventos en la empresa, que involucren la formación de los colaboradores?			
9	¿Cuentan con un sistema de sueldos y seguridad social legal, transparente y conocido por los colaboradores; que reconozca equitativamente las aportaciones y que incluya mecanismos de participación en los beneficios?			
10	¿Cuentan con condiciones y ambiente de trabajo que respeten la dignidad de la persona?			
11	¿Cuentan con un sistema de beneficios al personal no obligatorios que la empresa ofrece y que son aplicados con justicia y equidad para todos y no discriminatorio?			
12	¿Cuentan con mecanismos de conciliación vida familiar-laboral para sus colaboradores?			
13	¿Existe algún tablero de control y seguimiento (tipo Balanced Scorecard) con indicadores sobre el avance en la satisfacción de las necesidades de sus colaboradores?			
c) Proveedores				

14	¿Cuentan con mecanismos documentados de negociación justa y equilibrada con sus proveedores?			
15	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de sus proveedores?			
16	¿Han establecido un programa o mecanismo para impulsar y/o incrementar la participación de proveedores locales?			
17	¿Se desarrollan acciones proactivas y recurrentes para detectar las necesidades de sus proveedores y contribuir a su desarrollo?			
18	¿Retribuyen a los proveedores según lo acordado en tiempo y forma?			
19	¿Existen mecanismos que le permitan conocer como lo evalúan sus proveedores?			
20	¿Han realizado un censo del impacto en empleo que se genera alrededor de su actividad?			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
21	¿Cuentan con mecanismos, documentados, de negociación justa y equilibrada con sus Distribuidores, que tengan impacto directo en beneficio de los clientes y consumidores finales?			
22	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de sus Distribuidores?			
23	¿Aplican una política de precios justos?			
24	¿Implementan planes de venta transparentes y veraces para sus productos y servicios?			
25	¿Existen políticas que evitan / prohíben / impiden el uso de pagos indebidos o beneficios implícitos para concretar ventas?			
26	¿Existen programas de capacitación al personal en general, para que sea capaz de brindar un óptimo servicio al cliente?			
27	¿Realizan sistemáticamente estudios de mercado para tomar en cuenta las necesidades de diferentes sectores para diseñar y diversificar sus productos y servicios?			
28	¿Existe un mecanismo que le permita conocer como lo evalúan sus Distribuidores Clientes y Consumidores?			
	e) Gobiernos			
29	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de ser contribuyentes cumplidos?			
30	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a su organización estar al tanto y cumplir con los cambios en la legislación fiscal que le compete?			
31	¿Aplican y documentan una política de no evasión fiscal?			
32	¿Se evita la compra de voluntades con la finalidad de conseguir ventajas, servicios, contratos, autorizaciones, permisos, etc.?			
33	¿Cuentan con informes específicos del cumplimiento con las leyes vigentes?			

	f) Comunidad - sociedad			
34	¿Han realizado un censo de necesidades materiales y sociales de la(s) comunidad(es) en la(s) que está(n) asentados?			
35	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de la comunidad?			
36	¿Cuentan con condiciones y ambiente de trabajo que respete y mejore el entorno social y cultural de la comunidad?			
37	¿Pone la empresa al servicio de la comunidad bienes propios?			
38	¿Existe un mecanismo que le permita conocer como lo evalúan en la comunidad?			
39	¿Han realizado un censo del impacto social y cultural que se genera alrededor de su actividad?			
	g) Competencia			
40	¿Cuentan con mecanismos documentados, de negociación transparente, legal y equilibrada que permitan la competitividad en su sector?			
41	¿La promoción de sus productos o servicios, se basa fundamentalmente en una honesta difusión de sus características y condiciones?			
42	¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren el desarrollo de una legal y sana competencia?			
43	¿Aplican una política de competencia justa?			
44	¿Rechazan los mecanismos de fijación de precios junto con su competencia en su propio sector?			
45	¿Existen un mecanismos que le permitan conocer como lo evalúa su competencia?			
	h) Generaciones Futuras			
46	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren la concientización acerca de la conservación del medio ambiente?			
47	¿Diseñan procesos, productos y servicios amables con el medio ambiente?			
48	¿Cuentan con un programa de inversión para reciclaje?			
49	¿Cuentan con una política o programa de retribución al medio ambiente por las afectaciones generadas a partir de su actividad?			
50	¿Cuentan con informes específicos del impacto ambiental de su actividad?			

ANEXO No 2

LISTA DE EMPRESAS PARTICIPANTES EN LA INVESTIGACIÓN

EXPEDIENTE	RUC	DENOMINACION	ESTADO	TELEFONO
10335	1790037126001	SOCIEDAD INDUSTRIAL RELI S.A.	ACTIVA	22243507
10913	1790077195001	INDUSTRIAS ECUATORIANAS COMERCIAL DISTRIBUIDORA IMPORTADORA CODIM SA	ACTIVA	2403721
11462	1790356604001	EXTRACTOS ANDINOS CA	ACTIVA	2673301
11589	1790014800001	PRODUCTOS MINERVA CIA LTDA	ACTIVA	2690712
11953	1790139719001	PANADERIA Y GALLETERIA ARENAS C. A.	ACTIVA	2923287
13075	1790292428001	PRODUCTOS DE CONSUMO PROCONSUMO C.A.	ACTIVA	22673501
16419	1790659488001	GALLETAS BROOME C LTDA	ACTIVA	22921862
18010	1790862917001	INDUSTRIA DE CAMELOS PEREZ BERMEO CIA. LTDA.	ACTIVA	22657570
18626	1790894185001	HIDALPAN CIA. LTDA. PANIFICADORA Y PASTELERIA	ACTIVA	22483479
34701	1391715234001	ECUATORIANA DE CHOCOLATES ECUACHOCOLATES S.A.	ACTIVA	22481851
45113	1790666468001	VIMIN VITAMINAS Y MINERALES CA	ACTIVA	2482690
45914	1790826171001	PALPES, PASTIFICIOS ALPES S.A.	ACTIVA	22474149
46131	1790870715001	SOGUAR S. A.	ACTIVA	22464755
47859	1791251016001	CONFITECORP S.A.	ACTIVA	2671896
48807	1791282833001	DELIPAN S.A.	ACTIVA	22670542
48974	1791291522001	BAKELSECUADOR S.A.	ACTIVA	2232737
51521	1791250443001	PRODUCTOS LOJAN CIA. LTDA.	ACTIVA	22424154
53459	1791314085001	COMERCIALIZADORA Y SERVICIOS BODSTROM CIA. LTDA.	ACTIVA	22265625
54313	1791353765001	MADRIPAZ CORPORACION DE SERVICIOS Y COMIDAS CIA. LTDA.	ACTIVA	22265625
64190	1792285178001	PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS SEMPREBENE S.A.	ACTIVA	2800196
85888	1791396472001	ALIMENTOS Y BEBIDAS ALIBESAMONTY'S S.A.	ACTIVA	2269647
88601	1791715594001	HIERBAS NATURALES Y MEDICINALES DE PUSUQUI S.A. HIERBAPUSUQUI	ACTIVA	2350407
88755	1791714903001	NUTRIFORT S.A.	ACTIVA	2241280
90055	1791753216001	ALIMENTOS BALANCEADOS DEL ECUADOR ECUABIOMIX S.A	ACTIVA	2397895
90285	1791738233001	HANSELYGRETAL CIA. LTDA.	ACTIVA	2980115
94931	1791888553001	ALIMENTOS Y ADITIVOS ALIDIP CIA. LTDA	ACTIVA	22892794
152400	1791968891001	ECUADPREMEX S.A.	ACTIVA	2470492
153478	1791997689001	AROMAS Y SABORES AROMAFLO S.A.	ACTIVA	2485289
154342	1792005809001	K.R.K. CAFFETO ECUADOR CIA. LTDA.	ACTIVA	223237550
154469	1792018382001	GRILLE S.A.	ACTIVA	2480471
155089	1792037360001	GOOD FOOD DEL ECUADOR GFECU S.A.	ACTIVA	26002817
157605	1792080657001	CHOCONO S.A.	ACTIVA	22483365
158013	1792087589001	PANDEBONO ECUADOR PANBOEC CIA. LTDA.	ACTIVA	22800758
160384	1792143322001	GREATLIFE DEL ECUADOR S.A.	ACTIVA	2250007
162127	1792186145001	ENTERFOODS CIA. LTDA.	ACTIVA	222454321
162481	1792195314001	METROSERVICIOS S.A.	ACTIVA	22265625
162987	1792205700001	PANADERIA PAN & CAFE INPACAF S.A.	ACTIVA	3184127

